

PARLEMENT EUROPÉEN

2004



2009

Commission de la culture et de l'éducation

27.9.2006

PE 378.764v01-00

AMENDEMENTS 592-678

Projet de rapport

(PE 376.676v01-00)

Ruth Hieronymi

Proposition de directive du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 89/552/CE du Conseil visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle

Proposition de directive (COM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD) – acte modificatif)

Texte proposé par la Commission

Amendements du Parlement

Amendement déposé par Michl Ebner

Amendement 592

ARTICLE 1, POINT 5

Article 3, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. Les États membres veillent, par des moyens appropriés, dans le cadre de leur législation, au respect effectif, par les fournisseurs de services de médias relevant de leur compétence, des dispositions de la présente directive.

2. Les États membres veillent, par des moyens appropriés, ***dont l'instauration de sanctions ad hoc proportionnées aux bénéfices éventuels tirés de la violation des dispositions prévues***, dans le cadre de leur législation ***et conformément aux procédures de surveillance existantes, ayant fait la preuve de leur efficacité dans les différents États membres***, au respect effectif, par les fournisseurs de services de médias relevant de leur compétence, des dispositions de la présente directive. ***Les***

AM\631749FR.doc

PE 378.764v01-00

sanctions économiques doivent en tout état de cause avoir un effet dissuasif suffisamment déterminant pour que violations et récidives restent une exception.

Or. it

Justification

Les sanctions devraient être propres à exercer un effet dissuasif efficace pour les opérateurs. En particulier, l'instrument de la sanction devrait prévoir, en premier lieu, l'annulation du bénéfice, présumé et/ou avéré, tiré de la violation et, en second lieu, de manière complémentaire et non alternative, il faudrait introduire des sanctions pécuniaires suffisantes pour prévenir de nouvelles violations ou récidives.

Amendement déposé par Luis Herrero-Tejedor

Amendement 593

ARTICLE 1, POINT 6 BIS (nouveau)

Article 4 (Directive 89/552/CEE)

(6 bis) L'article 4 est supprimé.

Or. es

Justification

Les quotas interfèrent dans la liberté de programmation des radiodiffuseurs. L'ère numérique favorise le pluralisme et la capacité de choisir de l'utilisateur, et, par voie de conséquence, l'établissement de quotas est dépassé. C'est l'intérêt de l'utilisateur et non celui du législateur qui détermine quels services les fournisseurs devront offrir.

Amendement déposé par Christopher Heaton-Harris

Amendement 594

ARTICLE 1, POINT 6 BIS (nouveau)

Article 4 (directive 89/552/CEE)

(6 bis) L'article 4 est supprimé.

Or. en

Justification

Des services accrus assurant une plus grande diversité, des quotas sont superflus. Il y a d'autres moyens efficaces d'encourager la production et la diffusion d'œuvres européennes.

Amendement déposé par Luis Herrero-Tejedor

Amendement 595

ARTICLE 1, POINT 6 TER (nouveau)

Article 5 (Directive 89/552/CEE)

(6 ter) L'article 5 est supprimé.

Or. es

Justification

Les quotas interfèrent dans la liberté de programmation des radiodiffuseurs. L'ère numérique favorise le pluralisme et la capacité de choisir de l'utilisateur, et, par voie de conséquence, l'établissement de quotas est dépassé. C'est l'intérêt de l'utilisateur et non celui du législateur qui détermine quels services les fournisseurs devront offrir.

Amendement déposé par Christopher Heaton-Harris

Amendement 596

ARTICLE 1, POINT 6 BIS (nouveau)

Article 5 (directive 89/552/CEE)

(6 bis) L'article 5 est supprimé.

Or. en

Justification

Des services accrus assurant une plus grande diversité, des quotas sont superflus. Il y a d'autres moyens efficaces d'encourager la production et la diffusion d'œuvres européennes.

Amendement déposé par Jorgo Chatzimarkakis

Amendement 597

ARTICLE 1, POINT 6 TER (nouveau)

Article 5 (Directive 89/552/CEE)

(6 ter) L'article 5 est supprimé.

Justification

Il n'est pas nécessaire d'avoir un quota pour les productions européennes.

Amendement déposé par Helga Trüpel et Jean-Luc Bennahmias

Amendement 598

ARTICLE 1, POINT 7, POINT A BIS) (nouveau)

Article 6, paragraphe 1 (directive 89/552/CEE)

a bis) Au paragraphe 1, le point d) suivant est ajouté:

"d) Les États membres, en définissant la notion de producteur indépendant, tiennent dûment compte des quatre critères ci-après: la propriété et les droits de propriété de l'entreprise de production, la proportion des émissions fournies à un même diffuseur et la propriété des droits dérivés."

Justification

La ventilation des droits de propriété et d'émission est d'une importance particulière pour traiter d'une manière réaliste la question des œuvres de producteurs indépendants; de même, la propriété de l'entreprise de production est un critère essentiel pour ce qui concerne l'indépendance.

Amendement déposé par Luis Herrero-Tejedor

Amendement 599

ARTICLE 1, POINT 9

Article 10, paragraphe 1 (Directive 89/552/CEE)

(1) La publicité télévisée et le télé-achat doivent être aisément identifiables ***comme tels et être nettement distingués du reste du programme par des moyens optiques et/ou acoustiques.***

(1) La publicité télévisée et le télé-achat doivent être aisément identifiables ***et pouvoir être distingués du contenu éditorial.***

Justification

Les spots isolés n'interfèrent pas dans le cours du programme. En outre, les spectateurs les préfèrent aux pauses publicitaires plus longues.

Amendement déposé par Helga Trüpel et Jean-Luc Bennahmias

Amendement 600

ARTICLE 1, POINT 9

Article 10, paragraphe 1 (directive 89/552/CEE)

1. La publicité télévisée et le télé-achat doivent être aisément identifiables comme tels et être **nettement distingués** du reste du programme par des moyens optiques et/ou acoustiques.

1. La publicité télévisée et le télé-achat doivent être aisément identifiables comme tels et **pourraient être perçus comme étant distincts du contenu éditorial. Sans préjudice de l'utilisation des nouvelles techniques publicitaires, la publicité télévisée et le télé-achat doivent être nettement séparés** du reste du programme par des moyens optiques et/ou acoustiques **et/ou spatiaux.**

Or. en

Justification

Une protection des consommateurs transparente et efficace, consistant à faire la distinction entre ces formes de publicité et le contenu éditorial, est nécessaire.

Amendement déposé par Christopher Heaton-Harris

Amendement 601

ARTICLE 1, POINT 9

Article 10, paragraphe 1 (directive 89/552/CEE)

1. La publicité télévisée et le télé-achat doivent être aisément identifiables comme tels et **être nettement distingués** du reste du programme par des moyens optiques et/ou acoustiques.

1. La publicité télévisée et le télé-achat doivent être aisément identifiables comme tels et **pourraient être perçus comme étant distincts** du reste du programme par des moyens optiques et/ou acoustiques. **La publicité télévisée et le télé-achat ne doivent pas porter atteinte à l'indépendance éditoriale du fournisseur de service de média audiovisuel ni induire l'utilisateur en erreur.**

Or. en

Justification

Le principe de transparence et d'identification doit garantir que les communications commerciales sont reconnaissables en tant que telles mais aussi ménager une marge pour le développement de nouvelles techniques publicitaires.

Amendement déposé par Michl Ebner

Amendement 602

ARTICLE 1, POINT 9

Article 10, paragraphe 1 (directive 89/552/CEE)

1. La publicité télévisée *et* le télé-achat doivent être aisément identifiables comme tels et être nettement distingués du reste du programme par des moyens optiques et/ou acoustiques.

1. La publicité télévisée, le télé-achat *et la télé-promotion* doivent être aisément identifiables comme tels et être nettement distingués du reste du programme par des moyens optiques et/ou acoustiques. *Les télé-promotions ne peuvent être assurées sur les ondes par les présentateurs et les personnalités des services de média audiovisuel.*

Or. it

Justification

Comme l'indique l'amendement au paragraphe 1, les télé-promotions doivent également être réglementées par la directive.

Amendement déposé par Luis Herrero-Tejedor

Amendement 603

ARTICLE 1, POINT 9

Article 10, paragraphe 2 (Directive 89/552/CEE)

2. Les spots isolés de publicité et de télé-achat doivent être exceptionnels, sauf dans les programmes sportifs.

supprimé

Or. es

Justification

Les spots isolés n'interfèrent pas dans le cours du programme. En outre, les spectateurs les préfèrent aux pauses publicitaires plus longues.

Amendement déposé par Ignasi Guardans Cambó

Amendement 604

ARTICLE 1, POINT 9

Article 10, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. Les spots isolés de publicité et de télé-achat doivent être exceptionnels, sauf dans les programmes sportifs. **Supprimé**

Or. en

Justification

L'accès au contenu des plateformes autres que la télévision traditionnelle est habituellement de courte durée; c'est pourquoi il convient d'autoriser de brèves interruptions publicitaires pour tenir compte de ces nouvelles formes de distribution.

Amendement déposé par Karsten Friedrich Hoppenstedt

Amendement 605

ARTICLE 1, POINT 9

Article 10, paragraphe 2 (Directive 89/552/CEE)

2. Les spots isolés de publicité et de télé-achat doivent être exceptionnels, sauf dans les programmes sportifs. **supprimé**

Or. de

Justification

À l'opposé des séquences publicitaires rigides, les spots isolés peuvent plus facilement être intégrés dans les programmes télévisés et sont donc moins gênants pour les téléspectateurs, comme des études récentes le montrent. En raison de la pression économique croissante sur les radiodiffuseurs, une autorisation des spots isolés est à préconiser. La concentration sur les offres payantes est ainsi contrecarrée et la diversité du paysage médiatique encouragée.

Amendement déposé par Christopher Heaton-Harris

Amendement 606
ARTICLE 1, POINT 9

Article 10, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. Les spots isolés de publicité et de télé-achat doivent être exceptionnels, sauf dans les programmes sportifs. **supprimé**

Or. en

Justification

Les restrictions à la publicité devraient être levées afin de permettre aux fournisseurs de service de média européens d'être plus concurrentiels et de se procurer les revenus nécessaires pour financer et investir dans des contenus audiovisuels européens. Le consommateur est le meilleur régulateur qui soit en ce qui concerne la quantité et le type de publicité.

Amendement déposé par Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi et Lilli Gruber

Amendement 607
ARTICLE 1, POINT 9

Article 10, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. Les spots isolés de publicité et de télé-achat doivent être exceptionnels, sauf dans les programmes sportifs.

2. Les spots isolés de publicité et de télé-achat doivent être exceptionnels.

Or. it

Amendement déposé par Helga Trüpel et Monica Frassoni

Amendement 608
ARTICLE 1, POINT 9

Article 10, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. Les spots isolés de publicité et de télé-achat doivent être exceptionnels, sauf dans les programmes sportifs.

2. Les spots isolés de publicité et de télé-achat doivent être exceptionnels.

Or. en

Justification

Les spots isolés de publicité et de télé-achat doivent demeurer l'exception. Faute de quoi, l'intégrité des œuvres audiovisuelles européennes serait compromise

Amendement déposé par Manolis Mavrommatis

Amendement 609

ARTICLE 1, POINT 9

Article 10, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. Les spots isolés de publicité et de télé-achat doivent être exceptionnels, sauf dans les **programmes** sportifs.

2. Les spots isolés de publicité et de télé-achat doivent être exceptionnels, sauf dans les **émissions retransmettant des événements** sportifs.

Or. el

Justification

Ces spots doivent se limiter aux émissions au cours desquelles des événements sportifs sont retransmis (et intervenir lors des interruptions naturelles du programme) et ne pas s'étendre aux émissions à caractère sportif en général.

Amendement déposé par Jorgo Chatzimarkakis

Amendement 610

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 1 (Directive 89/552/CEE)

1. Les États membres veillent à ce que, en cas d'insertion de publicité ou de télé-achat pendant les programmes, il ne soit pas porté atteinte à l'intégrité des programmes ou aux droits des ayants droit.

supprimé

Or. de

Justification

Les limitations quantitatives de la publicité ne constituent pas un moyen légitime de contrôler la grille des programmes. L'interdiction d'interrompre les émissions religieuses n'a pas apporté à ces dernières d'avantages décisifs par le passé et doit être rejetée pour des raisons

séculières.

Amendement déposé par Marie-Hélène Descamps

Amendment 611

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 1 (directive 89/552/EEC)

1. *Les États membres veillent à ce que, en cas d'insertion de publicité ou de télé-achat pendant les programmes, il ne soit pas porté atteinte à l'intégrité des programmes ou aux droits des ayants droits.*

1. *La publicité et les spots de télé-achat sont insérés entre les émissions. Sous réserve des conditions fixées au paragraphe 2, la publicité et les spots de télé-achat peuvent également être insérés pendant des émissions, en tenant compte des interruptions naturelles du programme ainsi que de sa durée et de sa nature, et de manière à ce qu'il ne soit pas porté préjudice aux droits des ayants droits.*

Or. fr

Justification

Il est nécessaire de maintenir le principe des insertions publicitaires et de télé-achat entre les émissions. Lorsque ces insertions interviennent au cours des émissions, elles doivent garantir l'intégrité et la valeur des émissions et respecter les droits des ayants droits.

Amendement déposé par Henri Weber et Giovanni Berlinguer

Amendement 612

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 1 (directive 89/552/CEE)

1. *Les États membres veillent à ce que, en cas d'insertion de publicité ou de télé-achat pendant les programmes, il ne soit pas porté atteinte à l'intégrité des programmes ou aux droits des ayants droit.*

1. *La publicité et les spots de télé-achat sont insérés entre les émissions. Sous réserve des conditions fixées au paragraphe 2, la publicité et les spots de télé-achat peuvent également être insérés pendant les émissions de façon à ne pas porter atteinte à leur intégrité, en tenant compte des interruptions naturelles du programme, et de manière à ce qu'il ne soit pas porté préjudice aux droits des ayants droit.*

Or. fr

Justification

L'assouplissement substantiel de l'article 11 proposé par la Commission aboutirait à remettre sérieusement en cause l'équilibre aujourd'hui atteint entre le nécessaire financement des programmes, le confort d'écoute des téléspectateurs, la qualité des programmes diffusés et le respect des œuvres. Pour autant, il semble légitime de permettre aux radiodiffuseurs de bénéficier d'une plus grande flexibilité pour l'insertion des messages publicitaires au sein de leurs programmes.

En conséquence, dans la droite ligne du principe de séparation de la publicité du reste du programme, celui – tout aussi fondamental – d'insertion de la publicité entre les émissions doit être expressément posé. La proposition vise donc à maintenir l'essentiel de l'actuel paragraphe 1 de l'article 11, notamment en préservant le critère des " interruptions naturelles du programme " qui permet de prévenir toute interruption impromptue ou prématurée.

Le deuxième alinéa du paragraphe 2 de l'article 11 constitue un compromis entre la nécessité de préserver la qualité et l'intégrité de l'ensemble des programmes, notamment les séries, feuillets, émissions de divertissement et documentaires et la légitimité d'offrir davantage de flexibilité aux radiodiffuseurs en substituant au critère des vingt minutes celui des trois interruptions par heure d'horloge.

Le troisième alinéa du paragraphe 2 de l'article 11 vise à encadrer la retransmission des manifestations sportives, dont la nature imprévisible justifie un régime spécifique afin de ne pas priver les téléspectateurs des phases de jeu.

Amendement déposé par Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi et Lilli Gruber

Amendement 613

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 1 (directive 89/552/CEE)

1. Les **États membres veillent à ce que, en cas d'insertion** de publicité ou de télé-achat pendant les programmes, **il ne soit pas porté** atteinte à l'intégrité des programmes ou aux droits des ayants droit.

1. Les **insertions** de publicité ou de télé-achat pendant les programmes **qui portent** atteinte à l'intégrité des programmes ou aux droits des ayants droit **ne sont pas autorisées**.

Or. it

Amendement déposé par Marielle De Sarnez et Claire Gibault

Amendement 614

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 1 (directive 89/552/CEE)

1. *Les États membres veillent à ce que, en cas d'insertion de publicité ou de télé-achat pendant les programmes, il ne soit pas porté atteinte à l'intégrité des programmes ou aux droits des ayants droit.*

1. *La publicité et les spots de télé-achat sont insérés entre les émissions. Sous réserve des conditions fixées au paragraphe 2, la publicité et les spots de télé-achat peuvent également être insérés pendant les émissions de façon à ne pas porter atteinte à leur intégrité, en tenant compte des interruptions naturelles du programme, et de manière à ce qu'il ne soit pas porté préjudice aux droits des ayants droit.*

Or. fr

Justification

L'assouplissement substantiel de l'article 11 proposé par la Commission aboutirait à remettre sérieusement en cause l'équilibre atteint entre le nécessaire financement des programmes, le confort d'écoute des téléspectateurs, la qualité des programmes et le respect des œuvres. Pour autant, il semble légitime de permettre aux radiodiffuseurs de bénéficier d'une plus grande flexibilité pour l'insertion des messages publicitaires.

Amendement déposé par Jean-Luc Bennahmias et Carl Schlyter

Amendement 615

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 1 (directive 89/552/CEE)

1. Les États membres veillent à ce que, en cas d'insertion de publicité ou de télé-achat pendant les programmes, il ne soit pas porté atteinte à l'intégrité des programmes ou aux droits des ayants droit.

1. ***Les spots de publicité et de télé-achat doivent en principe être insérés entre les programmes.*** Les États membres veillent à ce que, en cas d'insertion de publicité ou de télé-achat pendant les programmes, il ne soit pas porté atteinte à l'intégrité des programmes ou aux droits des ayants droit, ***y compris les droits moraux des auteurs, étant donné que les interruptions publicitaires constituent une violation du droit moral de l'auteur, à moins que ce dernier n'ait consenti à l'insertion.***

Or. en

Justification

Afin de protéger l'intégrité des œuvres européennes et de sauvegarder la diversité culturelle, il convient d'éviter l'excès de publicité télévisée durant la transmission d'œuvres

audiovisuelles.

Amendement déposé par Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi et
Lilli Gruber

Amendement 616
ARTICLE 1, POINT 10
Article 11, paragraphe 1, point a) (nouveau) (directive 89/552/CEE)

a) Dans les émissions composées de parties autonomes, les émissions sportives et les événements et spectacles de structure similaire comprenant des interruptions, la publicité et les spots de télé-achat ne peuvent être insérés qu'entre les parties autonomes ou au cours des interruptions.

Or. it

Amendement déposé par Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi et
Lilli Gruber

Amendement 617
ARTICLE 1, POINT 10
Article 11, paragraphe 1, point a bis) (nouveau) (directive 89/552/CEE)

a bis) Lorsque des émissions autres que celles qui sont visées au paragraphe 2 sont interrompues par la publicité ou par des spots de téléachat, une période d'au moins vingt minutes devrait s'écouler entre les interruptions successives à l'intérieur des émissions.

Or. it

Amendement déposé par Christopher Heaton-Harris

Amendement 618
ARTICLE 1, POINT 10
Article 11, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. La transmission de films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de 35 minutes.

Supprimé

La publicité ou le télé-achat ne peut être inséré dans la diffusion des services religieux.

Or. en

Justification

Les restrictions à la publicité devraient être levées afin de permettre aux fournisseurs de service de média européens d'être plus concurrentiels et de se procurer les revenus nécessaires pour financer et investir dans les contenus audiovisuels européens.

Le consommateur est le meilleur régulateur qui soit en ce qui concerne la quantité et le type de publicité.

La publicité accompagnant les offices religieux n'a pas besoin d'être réglementée au niveau de l'UE.

Amendement déposé par Jorgo Chatzimarkakis

Amendement 619

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2 (Directive 89/552/CEE)

2. La transmission de films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de 35 minutes.

supprimé

La publicité ou le télé-achat ne peut être inséré dans la diffusion des services

religieux.»

Or. de

Justification

Les limitations quantitatives de la publicité ne constituent pas un moyen légitime de contrôler la grille des programmes. L'interdiction d'interrompre les émissions religieuses n'a pas apporté à ces dernières d'avantages décisifs par le passé et doit être rejetée pour des raisons séculières.

Amendement déposé par Luis Herrero-Tejedor

Amendement 620

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2, alinéa 1 (Directive 89/552/CEE)

2. La transmission de films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de 35 minutes. **supprimé**

Or. es

Justification

Toute restriction à la possibilité d'insérer de la publicité dans les contenus spécifiques visés par le présent article nuirait à la compétitivité de l'industrie audiovisuelle européenne.

Amendement déposé par Henri Weber et Giovanni Berlinguer

Amendement 621

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2 (directive 89/552/EEC)

2. La transmission *de* films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour

2. La transmission *des* films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, **des concerts**

enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de **35 minutes**.

philharmoniques ou des opéras, des émissions pour enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de **45 minutes**.

La transmission des émissions autres que celles visées à l'alinéa précédent peut être interrompue par des spots publicitaires et/ou des spots de télé-achat, dans la limite de trois interruptions à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge.

Par dérogation à l'alinéa précédent, lors de la retransmission de manifestations sportives comprenant des interruptions, les spots publicitaires et les spots de télé-achat ne peuvent être insérés qu'au cours des interruptions. Lorsque la manifestation sportive ne comprend pas d'interruptions, les spots publicitaires et les spots de télé-achat sont insérés dans les conditions prévues à l'alinéa précédent.

La publicité ou le télé-achat ne peut être inséré dans la diffusion des services religieux.

La publicité ou le télé-achat ne peut être inséré dans la diffusion des services religieux.

Or. fr

Justification

L'assouplissement substantiel de l'article 11 proposé par la Commission aboutirait à remettre sérieusement en cause l'équilibre aujourd'hui atteint entre le nécessaire financement des programmes, le confort d'écoute des téléspectateurs, la qualité des programmes diffusés et le respect des œuvres. Pour autant, il semble légitime de permettre aux radiodiffuseurs de bénéficier d'une plus grande flexibilité pour l'insertion des messages publicitaires au sein de leurs programmes.

En conséquence, dans la droite ligne du principe de séparation de la publicité du reste du programme, celui – tout aussi fondamental – d'insertion de la publicité entre les émissions doit être expressément posé. La proposition vise donc à maintenir l'essentiel de l'actuel paragraphe 1 de l'article 11, notamment en préservant le critère des "interruptions naturelles du programme" qui permet de prévenir toute interruption impromptue ou prématurée.

Le deuxième paragraphe du 2 de l'article 11 constitue un compromis entre la nécessité de préserver la qualité et l'intégrité de l'ensemble des programmes, notamment les séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires et la légitimité d'offrir davantage de flexibilité aux radiodiffuseurs en substituant au critère des vingt minutes celui des trois interruptions par heure d'horloge.

Le troisième paragraphe du 2 de l'article 11 vise à encadrer la retransmission des manifestations sportives, dont la nature imprévisible justifie un régime spécifique afin de ne pas priver les téléspectateurs des phases de jeu.

Amendement déposé par Jean-Luc Bennahmias et Carl Schlyter

Amendement 622

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. La transmission **de films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques**, des émissions pour enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de 35 minutes.

2. La transmission des émissions pour enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de 35 minutes.

Or. en

Justification

Afin de protéger l'intégrité des œuvres européennes et de sauvegarder la diversité culturelle, il convient d'éviter l'excès de publicité télévisée durant la transmission d'œuvres audiovisuelles.

Amendement déposé par Karin Resetarits

Amendement 623

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2 (Directive 89/552/CEE)

2. **La** transmission de films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de 35 minutes.

2. **Dans le domaine des services linéaires, la** transmission de films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de 35 minutes.

La publicité ou le télé-achat ne peut être inséré dans la diffusion des services religieux.

La publicité ou le télé-achat ne peut être inséré dans la diffusion des services religieux.

Sans préjudice de l'article 3, les services de médias audiovisuels non linéaires peuvent déterminer la nature et la durée des interruptions publicitaires selon leurs propres critères.

Or. de

Justification

Au cas où il serait nécessaire, ce passage n'est sensé que dans le domaine des services linéaires. Dans celui des services non linéaires, la publicité doit être traitée de façon souple. Sinon, le consommateur risque de la refuser totalement.

Amendement déposé par Helga Trüpel

Amendement 624

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. La transmission de films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), ***des œuvres cinématographiques***, des émissions pour enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de ***35 minutes***.

2. La transmission de films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des émissions pour enfants et des journaux télévisés, ***pour autant que leur durée programmée soit supérieure à 30 minutes***, peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de ***30 minutes***. ***La transmission d'œuvres cinématographiques, pour autant que leur durée programmée soit supérieure à 45 minutes, peut être interrompue une fois par tranche complète de 45 minutes. Une autre interruption est autorisée si leur durée programmée est supérieure d'au moins 20 minutes à deux ou plusieurs tranches complètes de 45 minutes.***

Or. en

Justification

Les œuvres cinématographiques devraient continuer à être fortement protégées, tandis qu'une approche plus légère devrait être adoptée pour les téléfilms et que des dispositions normales devraient s'appliquer aux productions d'une durée habituellement comprise entre 30 et 60 minutes.

Amendement déposé par Marie-Hélène Descamps

Amendement 625

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2, alinéa 1 bis (nouveau) (directive 89/552/EEC)

La transmission des émissions autres que celles visées à l'alinéa précédent, à l'exception des services religieux, peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat un fois par tranche de 20 minutes.

Or. fr

Justification

L'insertion de cette règle vise à limiter une inflation excessive du nombre de coupures publicitaires qui serait préjudiciable à la qualité des programmes diffusés (tels que les séries, les feuilletons, les documentaires, les émissions d'information politique, les émissions sportives et de divertissement) tout en simplifiant le dispositif et en offrant aux radiodiffuseurs une flexibilité accrue pour la disposition des coupures.

Amendement déposé par Marielle De Sarnez et Claire Gibault

Amendement 626

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2, alinéas 1 bis et 1 ter (nouveaux) (directive 89/552/CEE)

La transmission des émissions autres que celles visées à l'alinéa précédent peut être interrompue par des spots publicitaires et/ou des spots de télé-achat, dans la limite de trois interruptions à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge.

Par dérogation à l'alinéa précédent, lors de la retransmission de manifestations sportives comprenant des interruptions, les

spots publicitaires et les spots de télé-achat ne peuvent être insérés qu'au cours des interruptions. Lorsque la manifestation sportive ne comprend pas d'interruptions, les spots publicitaires et les spots de télé-achat sont insérés dans les conditions prévues à l'alinéa précédent.

Or. fr

Justification

L'assouplissement supplémentaire proposé remettrait sérieusement en cause l'équilibre entre la nécessité du financement des programmes, le confort d'écoute du téléspectateur et le respect des œuvres.

Amendement déposé par Åsa Westlund

Amendement 627

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2, alinéa 2 (directive 89/552/CEE)

La publicité *ou le télé-achat* ne peut être *inséré* dans la diffusion des services religieux.

La publicité ne peut être *insérée* dans la diffusion *des émissions pour enfants ou* des services religieux.

Or. en

Justification

Les enfants ne sont pas en mesure de faire la distinction entre publicité et contenu; par conséquent les spots de télé-achat et les écrans publicitaires ne devraient pas être autorisés dans les émissions pour enfants.

Amendement déposé par Ivo Belet

Amendement 628

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. La transmission *de* films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, *des émissions pour*

2. La transmission *des* films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires) *et* des œuvres cinématographiques peut être interrompue

enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de 35 minutes.

La publicité ou le télé-achat ne peut être inséré dans la diffusion des services religieux.

par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de 35 minutes.

La publicité ou le télé-achat ne peut être inséré dans la diffusion des services religieux, *des émissions pour enfants et des journaux télévisés*.

Or. nl

Amendement déposé par Miguel Portas et Věra Flasarová

Amendement 629

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2, alinéa 1 (directive 89/552/CEE)

2. La transmission de films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuillets, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de **35 minutes**.

2. La transmission de films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuillets, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de **24 minutes**.

Or. en

Justification

Si la limite horaire de temps de publicité est de 12 minutes de publicité par heure, une succession ininterrompue de tranches de 35 minutes supposerait l'insertion de blocs publicitaires de 12 minutes, ce qui ne sert ni l'intérêt du public, ni celui des radiodiffuseurs. En revanche, des tranches de 24 minutes permettraient d'insérer 2 blocs publicitaires en une heure (de 6 minutes chacun ou toute autre subdivision en deux parties de la période de 12 minutes, avec la possibilité, pour un bloc ou pour les deux, de diffuser des spots isolés) ce qui semble être une solution plus indiquée.

Amendement déposé par Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi et Lilli Gruber

Amendement 630

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2, alinéa 1 (directive 89/552/CEE)

2. La transmission *de* films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de **35 minutes**.

2. La transmission *des* films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de **45 minutes**.

Amendement déposé par Michl Ebner

Amendement 631

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2, alinéa 1 (directive 89/552/CEE)

2. La transmission *de* films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de **35 minutes**.

2. La transmission *des* films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de **30 minutes**.

Or. it

Justification

La directive 89/552/CE prévoyait des interruptions toutes les 45 minutes (avec des exceptions en fonction de la durée). Réduire la tranche à 30 minutes risque de compromettre l'intégrité de l'œuvre.

Amendement déposé par Zdzisław Zbigniew Podkański

Amendement 632

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. La transmission de films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour

2. La transmission de films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour

enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de **35 minutes**.

La publicité ou le télé-achat ne peut être inséré dans la diffusion des services religieux.

enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de **40 minutes**.

La publicité ou le télé-achat ne peut être inséré dans la diffusion **des cérémonies nationales et** des services religieux.

Or. pl

Justification

Le but est de garantir la protection de biens audiovisuels, de leur statut et de leur rentabilité potentielle.

Amendement déposé par Ignasi Guardans Cambó

Amendement 633

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. La transmission de films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour enfants **et des journaux télévisés** peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de 35 minutes.

La publicité ou le télé-achat ne peut être inséré dans la diffusion des services religieux.

2. La transmission de films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour enfants, ***pour autant que leur durée programmée soit supérieure à 30 minutes,*** peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de 35 minutes.

Or. en

Justification

Meilleur équilibre entre la protection de certains programmes et la rentabilisation des œuvres audiovisuelles. De plus, il n'y a aucune raison pour que la législation de l'UE protège ces programmes plus que d'autres, tels que les concerts, notamment, qui peuvent également être importants pour bon nombre de citoyens. Cette prérogative doit appartenir aux États membres et, en fin de compte, au marché.

Amendement déposé par Hanna Foltyn-Kubicka

Amendement 634

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2, alinéa 2 (directive 89/552/CEE)

La publicité ou le télé-achat ne peut être inséré dans la diffusion des services religieux.

La publicité ou le télé-achat ne peut être inséré dans la diffusion *des cérémonies nationales et* des services religieux.

Or. pl

Amendement déposé par Mario Mauro

Amendement 635

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2, alinéa 1 (directive 89/552/CEE)

2. La transmission *de* films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de 35 minutes.

2. La transmission *des* films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, *des programmes religieux*, des émissions pour enfants et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de 35 minutes.

Or. it

Justification

Il est jugé opportun de rétablir le texte de la directive en vigueur en fonction de la nature des programmes, qui exige la continuité dans la transmission.

Amendement déposé par Jean-Luc Bennahmias et Carl Schlyter

Amendement 636

ARTICLE 1, POINT 10

Article 11, paragraphe 2 bis (nouveau) (directive 89/552/CEE)

2 bis. La transmission d'œuvres audiovisuelles, telles que longs métrages et films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), pour autant que leur durée programmée soit supérieure à 45 minutes, peut être interrompue une fois par tranche complète de 45 minutes. Une autre interruption est autorisée si leur durée programmée est supérieure d'au moins 20 minutes à deux ou plusieurs tranches complètes de 45 minutes.

Or. en

Justification

Afin de protéger l'intégrité des œuvres européennes et de sauvegarder la diversité culturelle, il convient d'éviter l'excès de publicité télévisée durant la transmission d'œuvres audiovisuelles.

Amendement déposé par Carl Schlyter

Amendement 637

ARTICLE 1, POINT 11 BIS (nouveau)

Article 14, paragraphe 1 (directive 89/552/CEE)

(11 bis) À l'article 14, le paragraphe 1 est remplacé par le texte suivant :

"1. La publicité télévisée pour les médicaments et les traitements médicaux est interdite."

Or. fr

Justification

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

Amendement déposé par Ignasi Guardans Cambó

Amendement 638

ARTICLE 1, POINT 11 BIS (nouveau)

Article 15, paragraphe 1 bis (nouveau) (directive 89/552/CEE)

(11 bis) À l'article 15, le nouveau paragraphe 1 bis suivant est ajouté:

1 bis La diffusion de communications commerciales audiovisuelles relatives à des boissons alcooliques ne peut avoir lieu entre 6 heures et 21 heures.

Or. en

Justification

L'alcool est responsable de 7,4 % des décès dus à la maladie et des décès prématurés dans l'Union européenne. Il constitue le troisième facteur de risque le plus important après l'hypertension et le tabac et est la cause de 25 % des décès chez les hommes dans la tranche d'âge de 15 à 29 ans. Quelque 23 millions d'Européens, tous âges confondus, connaissent une dépendance à l'égard de l'alcool. Les écrans publicitaires ont un impact considérable sur la promotion de comportements plus sains face à l'alcool chez les jeunes.

Une interdiction de 6 à 21 heures constitue un instrument pratique, facile à mettre en œuvre et à contrôler pour protéger la santé publique.

Amendement déposé par Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi et Lilli Gruber

Amendement 639

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe –1 (nouveau) (directive 89/552/CEE)

(–1) Le pourcentage de temps de transmission consacré à toutes les formes de publicité et aux spots de télé-achat, à l'exclusion des fenêtres d'exploitation consacrées au télé-achat au sens du paragraphe 4, ne doit pas dépasser 20% du temps de transmission quotidien.

Or. it

Justification

L'amendement vise à remplacer le texte de la Commission par le texte en vigueur, de manière à éviter la suppression de la limitation du temps de publicité journalier:

1. d'abord, rétablissement de la limite quotidienne de publicité actuelle, supprimée par

la Commission dans la proposition de décembre 2005,

2. *ensuite, maintien de la limite horaire, étendue cependant (par rapport à la directive en vigueur), à toutes les formes de publicité,*
3. *puis, exclusion de la promotion des programmes propres du calcul de l'indice d'envahissement par la publicité,*
4. *enfin, restauration d'une limite de temps pour les "fenêtres de télé-achat", actuellement présente à l'article 18 bis de la directive, mais supprimée dans la proposition de la Commission, qui semble déjà relativement généreuse (trois heures par jour).*

Amendement déposé par Giovanni Berlinguer

Amendement 640

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe –1 (nouveau) (Directive 89/552/CEE)

-1. Le pourcentage de temps de transmission consacré aux spots de téléachat, aux spots publicitaires et aux autres formes de publicité, à l'exclusion des fenêtres d'exploitation consacrées au téléachat au sens de l'article 18 bis, ne doit pas dépasser 20% du temps de transmission quotidien. Le temps de transmission des messages publicitaires ne doit pas dépasser 15% du temps de transmission quotidien.

Or. fr

Justification

Il convient de rétablir, pour les services linéaires, la limite moyenne quotidienne de publicité, telle qu'elle figure dans l'actuelle directive. Cette limite n'est pas superfétatoire, dans la mesure où, sur les marchés caractérisés par la position dominante d'un opérateur privé dont l'offre en matière d'écrans publicitaires est inférieure à la demande des annonceurs, toute libéralisation des durées de publicité entraînerait un transfert de ressources publicitaires des chaînes publiques et des chaînes thématiques, voire de la presse écrite, vers les chaînes privées.

En outre, afin de ne pas nuire au confort d'écoute des téléspectateurs, les services non linéaires devraient à tout le moins être soumis à une limite horaire du temps de publicité. Dès lors, il conviendrait, d'une part, d'introduire un article 3 decies reprenant les termes du nouvel article 18 à l'exception de la référence au "placement de produit" désormais interdit du paragraphe 2, d'autre part, de substituer au nouvel article 18 le paragraphe 1 de l'actuel

article 18 de la directive.

Amendment by Marielle De Sarnez, Claire Gibault

Amendment 641

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 1(directive 89/552/EEC)

1. Le pourcentage de temps de transmission consacré aux formes courtes de publicité telles que des spots publicitaires et des spots de télé-achat à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge ne doit pas dépasser 20 %. ***supprimé***

Or. fr

Justification

Le paragraphe 18 de la directive modifiée n° 97/36/CE de 1997 régleme le pourcentage de temps de transmission consacré à la publicité de manière satisfaisante.

Amendement déposé par Jorgo Chatzimarkakis

Amendement 642

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 1 (Directive 89/552/CEE)

1. Le pourcentage de temps de transmission consacré aux formes courtes de publicité telles que des spots publicitaires et des spots de télé-achat à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge ne doit pas dépasser 20%. ***supprimé***

Or. de

Justification

Les limitations quantitatives de la publicité ne constituent pas un moyen légitime de contrôler la grille des programmes.

Amendement déposé par Christopher Heaton-Harris

Amendement 643

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 1 (directive 89/552/CEE)

1. Le pourcentage de temps de transmission consacré aux formes courtes de publicité telles que des spots publicitaires et des spots de télé-achat à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge ne doit pas dépasser 20 %. **supprimé**

Or. en

Justification

Les restrictions à la publicité devraient être levées afin de permettre aux fournisseurs de service de média européens d'être plus concurrentiels et de se procurer les revenus nécessaires pour financer et investir dans les contenus audiovisuels européens.

Le consommateur est le meilleur régulateur qui soit en ce qui concerne la quantité et le type de publicité.

Amendement déposé par Luis Herrero-Tejedor

Amendement 644

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 1 (Directive 89/552/CEE)

1. Le pourcentage **de temps de transmission consacré aux formes courtes de publicité telles que** des spots publicitaires et des spots de télé-achat à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge ne doit pas dépasser 20%.

1. Le pourcentage des spots publicitaires et des spots de télé-achat à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge ne doit pas dépasser 20%.

Or. es

Justification

Une limitation stricte du temps consacré à la publicité n'est pas justifiée aujourd'hui, compte tenu du large éventail de chaînes et de services existants et du fait que les téléspectateurs peuvent utiliser la télécommande pour sélectionner leurs programmes préférés. En outre, les fournisseurs de services de médias audiovisuels doivent jouir d'une plus grande liberté pour investir dans des programmes de qualité.

Amendement déposé par Karin Resetarits

Amendement 645

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 1 (directive 89/552/CEE)

1. Le pourcentage de temps de transmission consacré aux formes courtes de publicité telles que des spots publicitaires et des spots de télé-achat à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge ne doit *pas* dépasser 20 %.

1. Le pourcentage de temps de transmission consacré aux formes courtes de publicité telles que des spots publicitaires et des spots de télé-achat à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge ne doit *en aucun cas* dépasser *une moyenne journalière de* 20 %.

Or. en

Amendement déposé par Sarah Ludford

Amendement 646

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 1 (directive 89/552/CEE)

1. Le pourcentage de temps de transmission consacré aux formes courtes de publicité telles que des spots publicitaires et des spots de télé-achat à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge ne doit pas dépasser 20 %.

1. Le pourcentage de temps de transmission consacré aux formes courtes de publicité telles que des spots publicitaires et des spots de télé-achat à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge ne doit pas dépasser 20 % *en moyenne et en aucun cas 25 %*.

Or. en

Justification

Les règles sur la publicité devraient être suffisamment souples pour répondre aux demandes de programmation, étant donné que le marché et le jugement du consommateur quant à l'acceptabilité du programme constituent les contraintes déterminantes des organismes de radiodiffusion télévisuelle.

Amendement déposé par Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi et Lilli Gruber

Amendement 647
ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 1 (directive 89/552/CEE)

1. Le pourcentage de temps de transmission consacré **aux** formes **courtes** de publicité **telles que des** spots publicitaires et **des** spots de télé-achat à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge ne doit pas dépasser 20%.

1. Le pourcentage de temps de transmission consacré **à toutes les** formes de publicité **ainsi qu'aux** spots de télé-achat à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge ne doit pas dépasser 20%.

Or. it

Justification

L'amendement vise à remplacer le texte de la Commission par le texte en vigueur, de manière à éviter la suppression de la limitation du temps de publicité journalier:

- 1. d'abord, rétablissement de la limite quotidienne de publicité actuelle, supprimée par la Commission dans la proposition de décembre 2005,*
- 2. ensuite, maintien de la limite horaire, étendue cependant (par rapport à la directive en vigueur), à toutes les formes de publicité,*
- 3. puis, exclusion de la promotion des programmes propres du calcul de l'indice d'envahissement par la publicité,*
- 4. enfin, restauration d'une limite de temps pour les "fenêtres de télé-achat", actuellement présente à l'article 18 bis de la directive, mais supprimée dans la proposition de la Commission, qui semble déjà relativement généreuse (trois heures par jour).*

Amendement déposé par Henri Weber et Giovanni Berlinguer

Amendement 648
ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 1 (directive 89/552/CEE)

(1) Le pourcentage de temps de transmission consacré aux formes courtes de publicité telles que des spots publicitaires et des spots de télé-achat à l'intérieur d'une période

(2) Le pourcentage de temps de transmission consacré aux formes courtes de publicité telles que des spots publicitaires et des spots de télé-achat à l'intérieur d'une période

donnée d'une heure d'horloge ne doit pas dépasser 20 %.

donnée d'une heure d'horloge ne doit pas dépasser 20 %.

Amendement déposé par Michl Ebner

Amendement 649

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 1 bis (nouveau) (directive 89/552/CEE)

1 bis. Le nombre maximal de fenêtres de communication commerciale audiovisuelle accompagnant les services de média audiovisuel est de trois par heure d'horloge; chaque fenêtre ne peut durer plus de 12 secondes.

Or. it

Justification

Les fenêtres de communication commerciale doivent également faire l'objet de limitations horaires.

Amendement déposé par Åsa Westlund

Amendement 650

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 1 bis (nouveau) (Directive 89/552/CEE)

1 bis. Il ne doit pas y avoir plus de trois plages consacrées aux formes courtes de publicité à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge.

Or. sv

Justification

Si ce nouveau paragraphe n'est pas ajouté, les douze minutes de publicité autorisées toutes les heures peuvent être par exemple fractionnées en 24 spots publicitaires individuels de trente secondes, ce que ne souhaite certainement pas le téléspectateur. La règle désormais caduque qui imposait un intervalle de 20 minutes entre deux spots publicitaires était inutilement stricte et conduisait à interrompre souvent les émissions à des moments inopportuns pour maximaliser le nombre de plages publicitaires au cours d'un programme. Ce nouveau paragraphe permet à la chaîne de diffuser des plages de formes courtes de

publicité quand elle le juge approprié, sans pour autant augmenter le nombre de plages publicitaires autorisées en une heure. Cet amendement permet aussi aux radiodiffuseurs sérieux qui ne souhaitent pas saucissonner le contenu de le faire sans être désavantagés par rapport à la concurrence ou sans devoir s'engager dans une course au moins-disant avec des concurrents moins scrupuleux, prêts à transiger avec l'intégrité du contenu pour vendre les "meilleures minutes" des plages publicitaires.

Amendement déposé par Marielle De Sarnez et Claire Gibault

Amendement 651

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. Le paragraphe 1 ne s'applique pas aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes et les produits connexes directement dérivés de ces programmes, aux annonces de parrainage et au placement de produits. ***supprimé***

Or. fr

Justification

Le paragraphe 18 de la directive modifiée n° 97/36/CE de 1997 réglemente le pourcentage de temps de transmission consacré à la publicité de manière satisfaisante.

Amendement déposé par Jorgo Chatzimarkakis

Amendement 652

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 2 (Directive 89/552/CEE)

2. Le paragraphe 1 ne s'applique pas aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes et les produits connexes directement dérivés de ces programmes, aux annonces de parrainage et au placement de produits. ***supprimé***

Or. de

Justification

Les limitations quantitatives de la publicité ne constituent pas un moyen légitime de contrôler la grille des programmes.

Amendement déposé par Christopher Heaton-Harris

Amendement 653

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. Le paragraphe 1 ne s'applique pas aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes et les produits connexes directement dérivés de ces programmes, aux annonces de parrainage et au placement de produits. **supprimé**

Or. en

Justification

Les restrictions en matière de publicité devraient être levées afin de permettre aux fournisseurs de service de média européens d'être plus concurrentiels et de se procurer les revenus nécessaires pour financer et investir dans des contenus audiovisuels européens.

Le consommateur est le meilleur régulateur qui soit en ce qui concerne la quantité et le type de publicité.

Amendement déposé par Hanna Foltyn-Kubicka

Amendement 654

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. Le paragraphe 1 ne s'applique pas aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle **en ce qui concerne ses propres programmes et les produits connexes directement dérivés de ces programmes, aux annonces de parrainage et au placement de produits.**

2. Le paragraphe 1 ne s'applique pas aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle **pour promouvoir ses propres programmes et télé-achats.**

Or. pl

Justification

Laisser la porte ouverte à la diffusion par l'organisme de radiodiffusion de messages vantant ses programmes, ainsi qu'aux annonces de parrainage et au placement de produits, risque de compromettre considérablement la portée des restrictions introduites et de favoriser leur contournement.

Amendement déposé par Luis Herrero-Tejedor

Amendement 655

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 2 (Directive 89/552/CEE)

2. Le paragraphe 1 ne s'applique pas **aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes et les produits connexes directement dérivés de ces programmes**, aux annonces de parrainage et au placement de produits.

2. Le paragraphe 1 ne s'applique **à aucune autre forme de publicité, entre autres**, aux annonces de parrainage et au placement de produits.

Or. es

Justification

Une limitation stricte du temps consacré à la publicité n'est pas justifiée aujourd'hui, compte tenu du large éventail de chaînes et de services existants et du fait que les téléspectateurs peuvent utiliser la télécommande pour sélectionner leurs programmes préférés. En outre, les fournisseurs de services de médias audiovisuels doivent jouir d'une plus grande liberté pour investir dans des programmes de qualité.

Amendement déposé par Miguel Portas et Věra Flasarová

Amendement 656

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. Le paragraphe 1 ne s'applique pas aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes et **les produits connexes directement dérivés de ces programmes, aux annonces de parrainage et au placement de produits.**

2. Le paragraphe 1 ne s'applique pas aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes **et le placement de produits. La publicité pour les produits connexes directement liés aux programmes et aux annonces de parrainage doit être considérée comme**

faisant partie du pourcentage maximum de 20 % par heure d'espace publicitaire.

Or. en

Justification

La vente de produits constitue une activité commerciale courante, même lorsqu'elle concerne les produits connexes de programmes télévisés; c'est pourquoi la publicité dont elle fait l'objet doit être considérée comme faisant partie du pourcentage horaire maximum de 20 % d'espace publicitaire. Les annonces de parrainage doivent également faire partie des 20 % par heure; en l'absence d'une telle règle, il n'existe pas de limite réelle à la durée des annonces de parrainage, qu'il s'agisse de l'annonce de l'organisme de parrainage ou des annonces de parrainage elles-mêmes, ce qui ouvre la possibilité de négocier cet espace publicitaire supplémentaire, illimité, au-delà de la limite de 20 % à l'encontre des objectifs de la directive.

Amendement déposé par Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi et Lilli Gruber

Amendement 657

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. Le paragraphe 1 ne s'applique pas aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes et les produits connexes directement dérivés de ces programmes, aux annonces de parrainage et au placement de produits.

3. Les paragraphes précédents ne s'appliquent pas aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes et les produits connexes directement dérivés de ces programmes, ni aux annonces de parrainage.

Or. it

Justification

L'amendement vise à remplacer le texte de la Commission par le texte en vigueur, de manière à éviter la suppression de la limitation du temps de publicité journalier:

- 1. d'abord, rétablissement de la limite quotidienne de publicité actuelle, supprimée par la Commission dans la proposition de décembre 2005,*
- 2. ensuite, maintien de la limite horaire, étendue cependant (par rapport à la directive en vigueur), à toutes les formes de publicité,*
- 3. puis, exclusion de la promotion des programmes propres du calcul de l'indice d'envahissement par la publicité,*

4. *enfin, restauration d'une limite de temps pour les "fenêtres de télé-achat", actuellement présente à l'article 18 bis de la directive, mais supprimée dans la proposition de la Commission, qui semble déjà relativement généreuse (trois heures par jour).*

Amendment by Henri Weber and Giovanni Berlinguer

Amendment 658

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 2 (directive 89/552/EEC)

2. Le **paragraphe 1** ne s'applique pas aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes et les produits connexes directement dérivés de ces programmes, aux annonces de parrainage **et au placement de produits**.

3. Le **paragraphe 2** ne s'applique pas aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes et les produits connexes directement dérivés de ces programmes, **ni** aux annonces de parrainage.

Or. fr

Justification

Il convient de rétablir, pour les services linéaires, la limite moyenne quotidienne de publicité, telle qu'elle figure dans l'actuelle directive. Cette limite n'est pas superfétatoire, dans la mesure où, sur les marchés caractérisés par la position dominante d'un opérateur privé dont l'offre en matière d'écrans publicitaires est inférieure à la demande des annonceurs, toute libéralisation des durées de publicité entraînerait un transfert de ressources publicitaires des chaînes publiques et des chaînes thématiques, voire de la presse écrite, vers les chaînes privées.

En outre, afin de ne pas nuire au confort d'écoute des téléspectateurs, les services non linéaires devraient à tout le moins être soumis à une limite horaire du temps de publicité. Dès lors, il conviendrait, d'une part, d'introduire un article 3 decies reprenant les termes du nouvel article 18 à l'exception de la référence au " placement de produit " désormais interdit du paragraphe 2, d'autre part, de substituer au nouvel article 18 le paragraphe 1 de l'actuel article 18 de la directive.

Amendement déposé par Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi et Lilli Gruber

Amendement 659

ARTICLE 1, POINT 13

Article 18, paragraphe 2 bis (nouveau) (directive 89/552/CEE)

2 bis. Les fenêtres d'exploitation pour les émissions de télé-achat diffusées par une chaîne non exclusivement consacrée au télé-achat ont une durée minimale ininterrompue de quinze minutes et leur durée totale ne peut pas dépasser trois heures par jour.

Or. it

Justification

L'amendement vise à remplacer le texte de la Commission par le texte en vigueur, de manière à éviter la suppression de la limitation du temps de publicité journalier:

- 1. d'abord, rétablissement de la limite quotidienne de publicité actuelle, supprimée par la Commission dans la proposition de décembre 2005,*
- 2. ensuite, maintien de la limite horaire, étendue cependant (par rapport à la directive en vigueur), à toutes les formes de publicité,*
- 3. puis, exclusion de la promotion des programmes propres du calcul de l'indice d'envahissement par la publicité,*
- 4. enfin, restauration d'une limite de temps pour les "fenêtres de télé-achat", actuellement présente à l'article 18 bis de la directive, mais supprimée dans la proposition de la Commission, qui semble déjà relativement généreuse (trois heures par jour).*

Amendement déposé par Henri Weber et Giovanni Berlinguer

Amendement 660

ARTICLE 1, POINT 14

Article 18 bis (nouveau) (directive 89/552/CEE)

(14) *L'article 18 bis est supprimé.*

(14) *L'article 18 bis est remplacé par le texte suivant:*

"Article 18 bis

(1) Les fenêtres d'exploitation pour les émissions de télé-achat diffusées par une chaîne non exclusivement consacrée au télé-achat ont une durée minimale ininterrompue de quinze minutes.

(2) Le nombre maximal de fenêtres d'exploitation est de huit par jour. Leur

durée totale ne doit pas dépasser trois heures par jour. Elles doivent être clairement identifiables en tant que fenêtres de télé-achat grâce à des moyens optiques et acoustiques."

Or. fr

Justification

Il convient de ne pas supprimer l'article 18 bis de la directive, sous peine de faire échapper les émissions de télé-achat, diffusées par les chaînes qui n'y sont pas exclusivement consacrées, à toute règle quantitative en termes de périodicité et de durée, et ce au détriment du confort d'écoute des téléspectateurs.

Amendement déposé par Helga Trüpel

Amendement 661

ARTICLE 1, POINT 14

Article 18 bis (nouveau) (directive 89/552/CEE)

L'article 18 bis est supprimé.

Les fenêtres de communication commerciale audiovisuelle doivent être clairement identifiées grâce à des moyens optiques et acoustiques et leur durée totale ne doit pas dépasser six heures par jour.

Or. en

Justification

Afin de protéger les téléspectateurs de fenêtres de communication commerciale audiovisuelle trop nombreuses et de conférer au télé-achat une sécurité juridique, un cadre temporel spécifique aux dites fenêtres devrait être mis en place. Le but est aussi de déterminer la plage horaire à l'intérieur de laquelle un service de média audiovisuel peut être diffusé.

Amendement déposé par Ignasi Guardans Cambó

Amendement 662

ARTICLE 1, POINT 14

Article 18 bis (nouveau) (directive 89/552/CEE)

L'article 18 bis est supprimé.

Les fenêtres de communication commerciale audiovisuelle, comme les écrans de télé-achat et les télépromotions

doivent être clairement identifiées, comme telles, grâce à des moyens optiques et acoustiques et leur durée totale ne doit pas dépasser six heures par jour.

Or. en

Justification

La suppression totale des limites quotidiennes pour les fenêtres de télé-achat, comme la prévoit la Commission dans sa proposition en supprimant l'article 18 bis, comporte des risques considérables et ne concourt pas particulièrement aux objectifs de la directive. Plus grave encore, cette libéralisation totale et le surcroît de temps créé pour les fenêtres de télé-achat inciteront des protagonistes douteux et des négociants peu scrupuleux à tirer parti de cette ouverture, et à affecter ainsi les résultats déjà obtenus par le secteur grâce à une solide autorégulation et à la promotion constante de normes élevées. Tout bien considéré, cette mesure pourrait réduire à néant les efforts déployés par le secteur du télé-achat en Europe pour instituer les normes les plus élevées en faveur des consommateurs.

Amendement déposé par Miguel Portas et Věra Flasarová

Amendement 663

ARTICLE 1, POINT 15

Article 19, paragraphe 1 bis (nouveau) (directive 89/552/CEE)

L'article 18 s'applique aux entreprises de services publics mais non aux organismes commerciaux de radiodiffusion télévisuelle."

Or. en

Justification

En ce qui concerne la communication commerciale audiovisuelle, tous les organismes de radiodiffusion télévisuelle doivent être soumis aux règles qualitatives strictes prévues par la présente directive, notamment le respect de l'intégrité des œuvres cinématographiques, des films et d'autres programmes. Tel n'est pas le cas pour les règles quantitatives.

Si un organisme commercial de radiodiffusion télévisuelle privé envisage d'insérer 10 heures de publicité entre deux films ou d'autres programmes, ce choix devrait lui appartenir.

En effet, la communication commerciale audiovisuelle est le principal objectif (et la source principale de revenu) de la télévision commerciale publicitaire, même si elle peut également informer, divertir et éduquer, et s'efforce de le faire de façon attrayante et non aliénante pour son audience.

Tel n'est pas le cas pour les entreprises de service public télévisuel dont le principal objectif est d'informer, de divertir et d'éduquer (avec obligation de fournir un service de haute

qualité), même si elles peuvent également assurer une communication commerciale audiovisuelle en tant qu'activité secondaire (et source secondaire de revenu) et s'efforcent de le faire de manière à ne pas aliéner l'audience qu'elles couvrent dans leur activité d'information, de loisir et d'éducation.

Amendement déposé par Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi et Lilli Gruber

Amendement 664

ARTICLE 1, POINT 17

Article 20 bis (nouveau) (directive 89/552/CEE)

Article 20 bis

Pour que soit respectés, dans l'obtention des ressources publicitaires, les principes de pluralisme, de concurrence et de liberté d'entreprendre, l'activité consistant à relever les indices d'écoute doit satisfaire aux critères suivants:

a) indépendance des réalisateurs des enquêtes sur les indices d'écoute et de diffusion des différents moyens de communication à l'égard de toutes les parties faisant l'objet des relevés;

b) représentativité des organes de gestion (comité scientifique et technique ou comité de contrôle): ceux-ci doivent comporter des représentants de toutes les parties intéressées et faisant l'objet des relevés (exploitants, marché, consommateurs) sans se limiter à l'ensemble des plates formes de transmission;

c) transparence des comités techniques, qui doivent être investis de pouvoirs réels dans l'activité de relevé, sans subir aucune ingérence, technique ou de gestion, du conseil d'administration.

Or. it

Amendement déposé par Marielle De Sarnez

Amendement 665

ARTICLE 1, POINT 18

Articles 22 bis et 22 ter (directive 89/552/EEC)

***(18) Les articles 22 bis et 22ter sont
supprimés*** ***supprimé***

Or. fr

Justification

Il convient de rétablir les articles 22 bis et 22 ter de l'actuelle directive 89/552/CE concernant notamment une enquête de la Commission sur les mesures techniques possibles visant à faciliter le contrôle parental sur les programmes regardés par les mineurs (dispositifs de filtrage, système de classement appropriés, etc.).

Amendement déposé par Mario Mauro

Amendement 666

ARTICLE 1, POINT 18

Article 22 bis (nouveau) (directive 89/552/CEE)

Article 22 bis

1. Les États membres encouragent la production et la programmation de services de média audiovisuel et de programmes adaptés aux mineurs propres à améliorer leurs connaissances des médias.

2. Les mesures doivent être conçues pour aider parents, enseignants et éducateurs dans leurs démarches pédagogiques pour sensibiliser les mineurs à l'impact des programmes qu'ils sont susceptibles de suivre, et consister

– à élaborer des systèmes adéquats de classification;

– à encourager des politiques de sensibilisation et d'éducation à la communication impliquant notamment la participation des institutions scolaires et permettant la production de programmes européens qui puissent être vus par toute la famille, ou qui s'adressent aux enfants et

aux adolescents;

– à tenir compte de l'expérience acquise dans ce domaine en Europe et ailleurs et de l'opinion des parties intéressées, comme les émetteurs, les producteurs, les parents, les éducateurs, les experts en communication et les associations concernées.

3. Les législations des États membres doivent également disposer que les nouveaux appareils télévisés sont dotés de dispositifs techniques permettant d'empêcher la vision de certains programmes.

Or. it

Justification

L'amendement propose de définir avec plus de précision les mesures qu'il convient d'adopter pour protéger les mineurs et pour évaluer le contenu des services de média audiovisuel. La protection juridique de la personnalité des mineurs, de la dignité humaine, de ses droits et de ceux des parents et de la famille, doit être assurée via la production et la retransmission sur les ondes de programmes adaptés aux enfants et aux adolescents, et pouvant être vus par toute la famille, ainsi que via des programmes d'éducation à la communication.

Amendement déposé par Luis Herrero-Tejedor

Amendement 667

ARTICLE 1, POINT 20

Article 23 ter, paragraphe –1 (nouveau) (Directive 89/552/CEE)

–1. La protection effective des droits et libertés fondamentaux incombe directement aux juges et tribunaux. Par conséquent, une entreprise audiovisuelle ne peut être contrainte de cesser son activité ni de suspendre ou limiter ses émissions sans une intervention judiciaire préalable.

Or. es

Justification

La protection des principes fondamentaux doit être exclusivement réservée aux juges et

tribunaux, aussi convient-il d'exclure les autorités de régulation nationales de cette fonction. La directive doit garantir le respect de ces principes dans le cas où les autorités de régulation nationales tenteraient d'aller au-delà de ce qui est expressément permis et de porter atteinte aux droits reconnus par la Charte des droits fondamentaux et la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme. Les organisations professionnelles les plus prestigieuses du monde de la presse ont, en présence de comportements indésirables à cet égard, demandé expressément que les pouvoirs de sanction des autorités de régulation ne puissent affecter l'exercice normal du droit fondamental qu'est la liberté d'expression. Seuls les tribunaux sont habilités à décider s'il doit être mis fin, à titre de sanction, aux émissions d'un média qui a violé des droits fondamentaux.

Amendement déposé par Michl Ebner

Amendement 668

ARTICLE 1, POINT 20

Article 23 ter, paragraphe 1 (Directive 89/552/CEE)

1. Les États membres garantissent l'indépendance des autorités de régulation nationales et veillent à ce qu'elles exercent leurs pouvoirs de manière impartiale et transparente. ***supprimé***

Or. de

Justification

Le contrôle de la légalité pour la télévision et les autres médias est organisé de façon différente dans les États membres. La Commission n'a pas signalé de défaillance dans le marché intérieur qui justifierait une modification des structures de surveillance ayant fait leurs preuves. Conformément au principe de subsidiarité, les questions de compétence doivent par conséquent rester dans la zone de réglementation des États membres. De plus, la grande liberté dont jouissent les autorités de surveillance pour le contrôle des contenus et le fait de devoir rendre compte, dans un deuxième temps, au regard des lois générales, devant un juge indépendant, sont reconnus comme des éléments centraux de la liberté de la presse et de la liberté d'opinion, pour lesquelles les sociétés européennes ont lutté pendant des siècles. Il n'est donc pas indiqué de vouloir étendre au-delà de la radiodiffusion l'institution de l'autorité de surveillance des médias prévue pour le cas particulier de la radiodiffusion. Et pour la radiodiffusion aussi, l'institution de l'autorité de régulation ne devrait pas être prescrite de manière contraignante à une époque marquée par la disparition de la pénurie des fréquences. En définitive, le fait de prescrire l'indépendance des autorités de régulation dans le droit européen, vu la primauté de ce dernier sur les constitutions des États membres, est problématique, étant donné que cela représente une ingérence dans l'organisation des États membres et porte atteinte au principe de la démocratie.

Amendement déposé par Henri Weber

Amendement 669

ARTICLE 1, POINT 20

Article 23 ter, paragraphe 1 (directive 89/552/EEC)

1. Les États membres **garantissent l'indépendance des autorités de régulation nationales et veillent à ce qu'elles exercent leurs pouvoirs de manière impartiale et transparente.**

1. Les États membres **veillent à l'existence ou à la mise en place d'autorités de régulation dont ils garantissent, conformément à leur droit national, l'indépendance à l'égard des sphères politiques, économiques ou financières. Ils veillent à ce que leur pouvoir soit exercé en toute impartialité et à ce que leur mode de fonctionnement s'exerce en toute transparence. Ces autorités de régulation peuvent également avoir pour mission de veiller au respect des dispositions de la présente directive notamment en matière de liberté d'expression, de pluralisme des médias, de dignité humaine, de non-discrimination, et de protection des mineurs et des personnes vulnérables ou handicapées.**

Or. fr

Justification

Rôle, indépendance et missions des autorités de régulation.

Amendement déposé par Ignasi Guardans Cambó

Amendement 670

ARTICLE 1, POINT 20

Article 23 ter, paragraphe 1 (directive 89/552/CEE)

1. Les États membres **garantissent l'indépendance des autorités de régulation nationales et veillent à ce qu'elles exercent leurs pouvoirs de manière impartiale et transparente.**

1. Les États membres **veillent à instituer des organismes de régulation nationaux conformément à leur droit national, garantissent leur indépendance et veillent à ce qu'elles exercent leurs pouvoirs de manière impartiale et transparente.**

Or. en

Justification

La faculté ne peut pas être laissée aux États membres de décider d'instituer ou non une autorité de régulation indépendante. Dans ce domaine, il est essentiel pour l'Union européenne et cohérent avec les grands objectifs de la présente directive d'exiger que tous les États membres instituent une autorité nationale audiovisuelle impartiale.

Amendement déposé par Luis Herrero-Tejedor

Amendement 671

ARTICLE 1, POINT 20

Article 23 ter, paragraphe 1 (Directive 89/552/CEE)

1. Les États membres garantissent l'indépendance *des autorités de régulation nationales* et veillent à ce *qu'elles* exercent leurs pouvoirs de manière impartiale et transparente.

2. Conformément à la législation nationale, les États membres garantissent l'indépendance *des organismes de régulation nationaux* et veillent à ce *qu'ils* exercent leurs pouvoirs de manière impartiale et transparente.

Or. es

Justification

La protection des principes fondamentaux doit être exclusivement réservée aux juges et tribunaux, aussi convient-il d'exclure les autorités de régulation nationales de cette fonction. La directive doit garantir le respect de ces principes dans le cas où les autorités de régulation nationales tenteraient d'aller au-delà de ce qui est expressément permis et de porter atteinte aux droits reconnus par la Charte des droits fondamentaux et la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme. Les organisations professionnelles les plus prestigieuses du monde de la presse ont, en présence de comportements indésirables à cet égard, demandé expressément que les pouvoirs de sanction des autorités de régulation ne puissent affecter l'exercice normal du droit fondamental qu'est la liberté d'expression. Seuls les tribunaux sont habilités à décider s'il doit être mis fin, à titre de sanction, aux émissions d'un média qui a violé des droits fondamentaux.

Amendement déposé par Ignasi Guardans Cambó

Amendement 672

ARTICLE 1, POINT 20

Article 23 ter, paragraphe 1 bis (nouveau) (directive 89/552/CEE)

1 bis. Les États membres confient à ces autorités de régulation la mission de veiller au respect, par les fournisseurs de service

de média audiovisuel, des dispositions de la présente directive, notamment de celles ayant trait à la liberté d'expression, au pluralisme des médias, et à la dignité humaine, au principe de non-discrimination, à la protection des mineurs, des personnes vulnérables ou handicapées.

Or. en

Justification

La Commission souhaite dans sa proposition inciter les États membres à garantir l'indépendance des autorités de régulation, chargées notamment de veiller à la mise en œuvre de la directive dans le respect des principes qu'elle pose. Il s'agirait toutefois qu'il soit assorti d'une obligation, pour les États membres qui ne l'ont pas encore fait, de se doter de telles autorités, dont le rôle reste fondamental pour la sauvegarde de la santé publique, des libertés et de la dignité humaine et la protection des mineurs, et ce pour tous les services de média audiovisuel.

Amendement déposé par Michl Ebner

Amendement 673

ARTICLE 1, POINT 20

Article 23 ter, paragraphe 2 (Directive 89/552/CEE)

2. Les autorités de régulation nationales ***supprimé***
communiquent aux autorités de régulation
des autres États membres et à la
Commission les informations nécessaires
aux fins de l'application des dispositions de
la présente directive.

Or. de

Justification

Le contrôle de la légalité pour la télévision et les autres médias est organisé de façon différente dans les États membres. La Commission n'a pas signalé de défaillance dans le marché intérieur qui justifierait une modification des structures de surveillance ayant fait leurs preuves. Conformément au principe de subsidiarité, les questions de compétence doivent par conséquent rester dans la zone de réglementation des États membres. De plus, la grande liberté dont jouissent les autorités de surveillance pour le contrôle des contenus et le fait de devoir rendre compte, dans un deuxième temps, au regard des lois générales, devant un juge indépendant, sont reconnus comme des éléments centraux de la liberté de la presse et de la liberté d'opinion, pour lesquelles les sociétés européennes ont lutté pendant des siècles.

Il n'est donc pas indiqué de vouloir étendre au-delà de la radiodiffusion l'institution de l'autorité de surveillance des médias prévue pour le cas particulier de la radiodiffusion. Et pour la radiodiffusion aussi, l'institution de l'autorité de régulation ne devrait pas être prescrite de manière contraignante à une époque marquée par la disparition de la pénurie des fréquences. En définitive, le fait de prescrire l'indépendance des autorités de régulation dans le droit européen, vu la primauté de ce dernier sur les constitutions des États membres, est problématique, étant donné que cela représente une ingérence dans l'organisation des États membres et porte atteinte au principe de la démocratie.

Amendement déposé par Luis Herrero-Tejedor

Amendement 674

ARTICLE 1, POINT 20

Article 23 ter, paragraphe 2 (Directive 89/552/CEE)

2. Les autorités de régulation nationales communiquent aux **autorités** de régulation des autres États membres et à la Commission les informations nécessaires aux fins de l'application des dispositions de la présente directive.

3. Les organismes de régulation nationaux communiquent aux **organismes** de régulation des autres États membres et à la Commission les informations nécessaires aux fins de l'application des dispositions de la présente directive. **Les organismes de régulation nationaux renforcent leur coopération, surtout en ce qui concerne la résolution des problèmes conformément à l'article 2, paragraphe 7, de la directive.**

Or. es

Justification

La protection des principes fondamentaux doit être exclusivement réservée aux juges et tribunaux, aussi convient-il d'exclure les autorités de régulation nationales de cette fonction. La directive doit garantir le respect de ces principes dans le cas où les autorités de régulation nationales tenteraient d'aller au-delà de ce qui est expressément permis et de porter atteinte aux droits reconnus par la Charte des droits fondamentaux et la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme. Les organisations professionnelles les plus prestigieuses du monde de la presse ont, en présence de comportements indésirables à cet égard, demandé expressément que les pouvoirs de sanction des autorités de régulation ne puissent affecter l'exercice normal du droit fondamental qu'est la liberté d'expression. Seuls les tribunaux sont habilités à décider s'il doit être mis fin, à titre de sanction, aux émissions d'un média qui a violé des droits fondamentaux.

Amendement déposé par Rihards Pīks

Amendement 675

ARTICLE 1, POINT 20

Article 23 ter, paragraphe 2 (directive 89/552/CEE)

2. Les autorités de régulation nationales communiquent aux autorités de régulation des autres États membres et à la Commission les informations nécessaires aux fins de l'application des dispositions de la présente directive.

2. Les autorités de régulation nationales communiquent aux autorités de régulation des autres États membres et à la Commission les informations nécessaires aux fins de l'application des dispositions **(et de la prévention de l'abus ou du comportement frauduleux)** de la présente directive.

Or. en

Justification

Il particulièrement important d'élargir et de renforcer la coopération entre les autorités de régulation concernées et la Commission pour ce qui est de l'échange d'informations, notamment pour prévenir l'abus ou le comportement frauduleux et éviter les conflits possibles dus à des différences de réglementation selon les juridictions.

Amendement déposé par Marianne Mikko

Amendement 676

ARTICLE 1, POINT 20

Article 23 ter, paragraphe 2 bis (nouveau) (directive 89/552/CEE)

2 bis. L'autorité de régulation nationale d'un État membre consulte l'autorité de régulation nationale d'un autre État membre avant de délivrer une licence ou une autorisation à un organisme de radiodiffusion télévisuelle ou à un fournisseur de service de média audiovisuel dont le programme est intégralement ou principalement destiné à l'audience de cet autre État membre. L'État membre destinataire du programme a le droit d'adresser des propositions à l'autorité de régulation nationale de l'autre État membre afin d'éviter tout contournement de sa réglementation nationale par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle soumis à la juridiction de cet autre État membre.

Or. en

Justification

Juguler la pratique consistant à s'établir dans l'État membre disposant de la réglementation la plus avantageuse ("location-shopping") pour éviter l'application de la réglementation d'un autre État membre.

Amendement déposé par Rihards Pīks

Amendement 677

ARTICLE 1, POINT 20

Article 23 ter, paragraphe 2 bis (nouveau) (directive 89/552/CEE)

2 bis. L'autorité de régulation nationale d'un État membre consulte l'autorité de régulation nationale d'un autre État membre avant de délivrer une autorisation ou une licence à un organisme de radiodiffusion télévisuelle dont le programme est destiné, entièrement ou principalement, à l'audience de cet autre État membre.

Or. en

Justification

Cette proposition vise à optimiser la coopération et à réduire au maximum les différends en obligeant les autorités d'un État membre chargées de l'octroi de licences, d'autorisations ou de la conclusion de contrats avec des fournisseurs de services de média audiovisuel à consulter préalablement les autorités concernées d'un ou de plusieurs autres États membres lorsque les programmes d'un fournisseur de services relevant de leur compétence sont intégralement ou principalement destinés au(x) territoire(s) de ces autres États membres. Une consultation ex ante peut jouer un rôle important en limitant les différends et les nombreux jugements onéreux évitables. Par ailleurs, les États membres devraient tenir compte des politiques publiques des autres États membres. Ceci est particulièrement important lorsqu'une délocalisation est susceptible d'offrir un avantage déloyal à des fournisseurs de services de média audiovisuel établis dans un État membre s'ils visent l'audience d'un autre État membre qui applique une réglementation plus stricte. Une telle situation peut causer des distorsions de marché.

Amendement déposé par Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi et Lilli Gruber

Amendement 678

ARTICLE 1, POINT 20 BIS

Article 23 quater

1. Les États membres adoptent les mesures appropriées pour que soit garanti le pluralisme de l'information dans le système de radiodiffusion télévisée. Ils interdisent, en particulier, la formation et le maintien de positions dominantes sur le marché de la télévision et sur les marchés connexes.

2. Les États membres interdisent aux titulaires de charges gouvernementales, à leur conjoint et à leurs parents au second degré, ainsi qu'aux sociétés qu'ils dirigent, d'occuper des positions de contrôle dans les entreprises présentes sur le marché de la télévision et sur les marchés connexes.

Or. it

Justification

L'amendement vise à introduire un nouvel article dans la directive "Télévision sans frontières". L'objectif est d'appeler les États membres au respect des principes de caractère général concernant la protection du pluralisme et l'interdiction de cumul entre les charges gouvernementales et le contrôle d'entreprises radiotélévisuelles. L'amendement fait suite à des positions déjà formulées à plusieurs reprises par le Parlement européen (Voir, pour toutes les résolutions, celle du 22 avril 2004 sur les risques de violations, dans l'Union européenne et particulièrement en Italie, de la liberté d'expression et d'information et la résolution du 27 avril 2006 sur la radiotélédiffusion numérique, paragraphe 12) et à la demande, non encore satisfaite par la Commission, de révision de la télévision sans frontières visant à adopter des règles d'harmonisation des législations nationales en matière de protection des droits fondamentaux par le secteur de la radiotélédiffusion, pour garantir le bon fonctionnement du marché commun (par exemple, au paragraphe 78 de ladite résolution, le Parlement européen juge opportun d'introduire des instruments juridiques propres à éviter tout conflit d'intérêts et invite la Commission à présenter des propositions visant à assurer que les membres du gouvernement ne sont pas en mesure d'utiliser la participation qu'il détiennent dans les médias à des fins politiques). Il est en outre d'une grande évidence que les disparités existant entre les législations nationales en matière, par exemple, de conflit d'intérêts et de paramètres utilisés pour définir le poids de chacun des opérateurs sur le marché télévisuel rendent plus difficiles l'exercice de la liberté d'établissement et la libre prestation de services sur le territoire communautaire, ce qui a un impact négatif sur le fonctionnement du marché intérieur.

