



KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER

Bruxelles, den 13.12.2005
KOM(2005) 646 endelig

2005/0260 (COD)

Forslag til

**EUROPA-PARLAMENTETS OG RÅDETS DIREKTIV OM ÆNDRING AF RÅDETS
DIREKTIV 89/552/EØF**

**om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne
vedrørende udøvelse af tv-radiospredningsvirksomhed**

(forelagt af Kommissionen)

{SEK(2005) 1625}
{SEK(2005) 1626}

BEGRUNDELSE

1) BAGGRUNDEN FOR FORSLAGET

- **Generel baggrund**

Markedet for europæiske fjernsynstjenester har ændret sig dramatisk med teknologiernes og markedernes konvergens. "Traditionel" fjernsynsvirksomhed er stadig reguleret på samme måde, som man gjorde i 1980'erne og 1990'erne, og selvom man med denne fremgangsmåde har kunnet igangsætte en spektakulær udvikling på tv-markedet i EU, modsvarer den ikke længere forbrugernes stigende valgmuligheder på markedet for tv-tjenester i den digitale tidsalder. Samtidig må fjernsynsselskaberne konkurrere mere og mere med andre lineære tjenester på andre platforme og med ikke-lineære tjenester (selvvalgstjenester), der udbyder det samme eller et lignende audiovisuelt medieindhold, men ikke er underlagt de samme regler. Det betyder at vilkårene bliver ulige på grund af forskellige måder at fremføre indholdet på. Derfor må der anlægges en ny indfaldsvinkel for at opnå "bedre regulering"

- **Generel baggrund**

Teknologiens og markedets udvikling betyder efter Kommissionens opfattelse, at de gældende lovrammer for fjernsynsvirksomhed trænger til at blive gennemgået for at give de informations- og kommunikationsteknologiske erhverv og medierne i Europa bedre konkurrencevilkår. Modernisering af lovrammen for audiovisuelle medievirksomheder på det indre marked er et led i Kommissionens indsats for 'bedre regulering'. Desuden vil en sådan indsats bidrage til, at Lissabon-dagsordenen kan gennemføres, og den vil være en vigtig del af den nye i2010-strategi, som Kommissionen vedtog i juni måned. Endelig vil den passe godt med meddelelsen om hurtigere overgang fra analog til digital radio-/tv-spredning, som Kommissionen udsendte i maj.

Kommissionens fjerde beretning om gennemførelsen af direktiv 89/552/EØF om fjernsyn uden grænser¹ indeholdt som bilag et arbejdsprogram, der omfattede en første høringsrunde i begyndelsen af 2003 om revision af direktiv 89/552/EF som ændret ved direktiv 97/36/EF (fjernsyn uden grænser), herunder både offentlige høringsmøder og en skriftlig høring. Konklusionerne af denne første høring drog Kommissionen i en meddelelse om den fremtidige europæiske lovgivningspolitik på det audiovisuelle område². Efter denne meddelelse blev der nedsat fokusgrupper, som skulle føre mere dybtgående drøftelser af visse emner med sagkyndig deltagelse.

Resultaterne af fokusgruppernes drøftelser blev forelagt for medlemsstaterne på et seminar i Luxembourg den 30. og 31. maj og sammenfattet i en serie oplæg, "issues papers", som Kommissionen udsendte i juli 2005. I denne anden høringsrunde har Kommissionen fået indlæg fra over 200 berørte parter fra alle sektorer, herunder civilsamfundet og brancherepræsentanter.

Oplæggene og indlæggene har dannet grundlag for forberedelsen af en større

¹ KOM(2002) 778.

² KOM(2003) 784.

konference om de audiovisuelle medier, som det britiske formandskab var med til at organisere i Liverpool i september 2005. Den mundede ud i en sammenfatning af drøftelserne og markerede afslutningen på høringerne.

Debattens hovedkonklusion var følgende: Hvis man fastholdt direktivet om fjernsyn uden grænser uændret, ville de stadig mere uberettigede forskelle i reguleringen af forskellige måder at distribuere identisk eller næsten identisk medieindhold på blot blive værre. Derfor måtte der gøres noget på EU-plan for at øge retssikkerheden og skaffe sektoren de bedst mulige konkurrencevilkår.

Med dette forslag skal det sikres, at udbydere af selvvalgtjenester for audiovisuelle programmer i de enkelte medlemsstater kan få fuldt udbytte af det indre marked i kraft af princippet om, at oprindelseslandets regler gælder. Det ville øge retssikkerheden generelt for alle udbydere af audiovisuelle medietjenester i EU.

Det ligger også på linje med princippet om teknologineutralitet. Moderne regler på det audiovisuelle område bør jo ikke gøre forskel på forskellige platforme, hvorfra samme type indhold leveres; tværtimod bør de fremme en fair og mere intens konkurrence mellem forskellige operatører på lige vilkår og samtidig give nye tjenester mulighed for at blomstre op.

Samtidig betyder udviklingen inden for teknologi, markedsforhold og brugeradfærd (flere valgmuligheder, større ansvar) og den omstændighed, at reglerne bør stå i et rimeligt forhold til generelle samfundsmæssige mål, at der er brug for mere smidige regler for lineære audiovisuelle medier, især hvad angår reklamer.

I korthed går Kommissionens forslag således ud på at modernisere og forenkle lovgrundlaget for de lineære elektroniske medier, dvs. det traditionelle fjernsyn, og at indføre mindsteregler for de ikke-lineære medietjenester.

- **Eksisterende bestemmelser på det område, forslaget vedrører**

Rådets direktiv 89/552/EØF, ændret ved direktiv 97/36/EF, handler om "tv-spredning". Det foreliggende forslag går ud på at ændre direktiverne om fjernsyn uden grænser for at modernisere og smidiggøre lovgrundlaget for tv-spredning og andre lineære (programlagte) audiovisuelle medietjenester, og at indføre et sæt mindsteregler for ikke-lineære tjenester, dvs. selvvalgtjenester for audiovisuelt medieindhold.

- **Overensstemmelse med andre EU-politikker og -mål**

Forslaget supplerer eksisterende EU-ret, især direktiv 2000/31/EF om elektronisk handel, som også handler om selvvalgtjenester. Direktiv 2000/31/EF tillader medlemsstaterne at afvige fra oprindelseslandsprincippet af hensyn til en række almindelige retsprincipper. Det betyder, at selvvalgtjenester for audiovisuelle programmer kan være nødt til at følge forskellige regler for samme indhold, afhængigt af hvilken medlemsstat det leveres i (direktiv 2000/31/EF, artikel 3, stk. 4). Dertil kommer, at direktiv 2000/31/EF ikke kommer ind på retsprincipper som beskyttelse af mindreårige eller den menneskelige værdighed. Det gør dette forslag derimod, idet det indeholder krav om et minimum af samordning på dette område for audiovisuelle medier. Direktiv 2005/29/EF gælder for urimelig handelspraksis, f.eks. vildledende og aggressiv handelspraksis ved brug af flere medier, hvorimod dette direktiv indeholder

bestemmelser om kommerciel kommunikation, som er særligt møntet på audiovisuelle medier.

Direktiv 2003/33/EF forbyder reklame for cigaretter og andre tobaksvarer i pressen og andre trykte publikationer, radioudsendelser og ved brug af informationssamfundstjenester. Det forbyder også tobaksvirksomheders sponsorering af radioprogrammer og grænseoverskridende arrangementer. Samme direktivs betragtning 14 gør desuden opmærksom på, at direktivet om fjernsyn uden grænser forbyder alle former for direkte og indirekte audiovisuel kommerciel kommunikation for cigaretter og andre tobaksvarer i fjernsynet. Det bliver de i alle audiovisuelle medier, hvis dette forslag vedtages.

I dette forslag tages der fuldt hensyn til de grundlæggende rettigheder og de principper, som anerkendes i Den Europæiske Unions charter om grundlæggende rettigheder, særlig artikel 11. Således hindrer forslaget på ingen måde medlemsstaterne i at anvende deres forfatningsregler om presse- og ytringsfrihed.

2) HØRING AF BERØRTE PARTER OG KONSEKVENSANALYSE

- **Høring af berørte parter**

Høringsmetoder, hovedmålgrupper og respondenternes overordnede profil

Den første offentlige høring fandt sted i 2003. Kommissionen offentliggjorde en serie oplæg på sit websted og opfordrede de berørte parter til at fremsende skriftlige bidrag inden den 15. juli 2003. Der indkom over 150 skriftlige indlæg (cirka 1.350 sider) fra alle relevante parter (private og offentlige fjernsynsselskaber, regulerende myndigheder, producenter og rettighedshavere) og fra de fleste medlemsstater. Derefter blev der holdt en række offentlige høringsmøder.

Konklusionerne fra denne høringsrunde blev draget i Kommissionens meddelelse om den fremtidige europæiske lovgivningspolitik på det audiovisuelle område (KOM(2003) 784, 15.12.2003), som desuden førte til nedsættelse af tre fokusgrupper, der med sagkyndig deltagelse skulle drøfte: i) omfanget af den fremtidige regulering, ii) behovet for regler om fjernsynsreklame og iii) retten til information og korte reportager.

Fokusgruppedrøftelsernes resultater blev sammenfattet i en serie oplæg, "Issues papers", der udkom i juli 2005 til konferencen om audiovisuelle medier, der blev tilrettelagt i samarbejde med det britiske formandskab. Denne anden høringsrunde gav indlæg fra over 200 berørte parter, herunder ikt-virksomheder, teleoperatører og internetudbydere. Høringen udløste en bred debat mellem alle større parter om de behandlede emner, og kulminerede i Liverpool-konferencen i september 2005.

Internethøringen i 2005 løb fra 11. juli 2005 til den 5. september 2005. Kommissionen fik 206 svar.

Resultaterne af begge høringer foreligger på Kommissionens websted:

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

Kort gennemgang af input og af, hvordan disse er blevet indarbejdet

Reguleringens omfang

Det fremgik med al ønskelig tydelighed af debatten, at teknologineutraliteten er et vigtigt princip. Medlemsstater, forbrugerorganisationer og public service-virksomheder støtter, at indholdsreglerne for fjernsyn revideres, så de en del af et større regelsæt for alle audiovisuelle medietjenester. Alle er imidlertid enige om, at tværgående indholdsorienterede regler kun kan fungere, hvis der laves et regelsæt i to trin for lineære og ikke-lineære tjenester.

Under høringerne gav flertallet udtryk for, at det kan lade sig gøre at sondre mellem lineære og ikke-lineære tjenester i et fremtidsorienteret grundlag for en juridisk definition.

Reklame

Hvad kvantitative regler angik, blev det overvejet at indføre en vis fleksibilitet i reglerne om placering og om reklamekvoter pr. dag. Den idé fik bred opbakning fra de forretningsmæssige aktører og støttedes til en vis grad også af public service-virksomheder og af nogle medlemsstater.

Mange interessenter lagde stor vægt på nytten af sam- og selvregulering på reklameområdet.

Beskyttelse af mindreårige og af den menneskelige værdighed

Hvad angår beskyttelse af mindreårige og tilskyndelse til had, synes der at være ret bred enighed om den nuværende balance i direktivet om fjernsyn uden grænser. Medlemsstater, public service-virksomheder, religiøse organisationer og forbruger- og seerorganisationer har alle givet udtryk for, at disse værdier også bør gælde for ikke-lineære tjenester, og ikke kun for traditionelt fjernsyn.

Kulturel mangfoldighed

Selvom der er almindelig enighed om, at en levende audiovisuel produktionssektor, der afspejler forskelligheden i Europas kulturer, er en rigtig målsætning, siger det sig selv, at sendetidskvoter ikke er en mulighed i en verden, hvor man vælger selv. På den anden side erkendes det, at direktivet bør tilvejebringe en omfattende sikring af den frie omsætning af ikke-lineære tjenester på det indre marked, og altså regulere dette aspekt.

Retten til information og korte uddrag

Retten til information og til korte uddrag har parterne forskellige holdninger til. På den ene side hævdes det, at der ikke er grund til at harmonisere regelsættene på europæisk plan, og på den anden side mener public service-virksomhederne, at de nuværende forhandlingsvilkår ikke fremmer adgangen til korte uddrag, hvorfor en bestemmelse herom i direktivet ville være nyttig.

- **Ekspertbistand**

Relevante videnskabelige områder/ekspertiseområder

- Sammenlignende undersøgelse af reguleringens betydning for fjernsynsreklame-markedet i EU's medlemsstater (Carat).
- Undersøgelse af, hvilken betydning foranstaltninger til fremme af distribution og produktion af fjernsynsprogrammer har (David Graham and Associated Ltd.).
- Undersøgelse af samreguleringsforanstaltninger i mediesektoren (Hans Bredow Institut).
- Undersøgelse af, hvordan reglerne om fjernsynsreklame, sponsorering og teleshopping anvendes (Audiometri).
- Konsekvensvurdering (Rands).

Metodevalg

Benchmarking, statistiske undersøgelser, kvalitative interview, bibliografiske undersøgelser, indsamling af fakta og tal under hensyntagen til både økonomiske parametre og teknologiske faktorer.

De vigtigste hørte organisationer/eksperter

Fokusgrupper, Carat, Rand, David Graham and Associated Ltd., Hans Bredow Institut, S.A. Audiometrie og alle berørte parter i to høringsrunder.

Sammenfatning af høringssvar og kommentarer, som der er taget hensyn til

Der blev ikke henvist til eventuelt alvorlige risici med uoprettelige følger.

- Undersøgelsen af, hvilken betydning foranstaltninger til fremme af distribution og produktion af fjernsynsprogrammer har, bekræftede, at artikel 4 og 5 'fjernsyn uden grænser'-direktivet har vist sig at være et tilfredsstillende og stabilt grundlag for fremme af uafhængige europæiske produktioner og kulturel mangfoldighed. De har, siden de trådte i kraft, haft en betydelig positiv virkning - ikke blot for, hvor mange europæiske programmer der vises på europæisk fjernsyn, men også kulturelt og økonomisk.

- Reguleringens indvirkning på markedet for fjernsynsreklamer (artikel 10-20 i 'fjernsyn uden grænser'-direktivet): Tv-spredningsvirksomhederne presser på for forenkling eller ligefrem ophævelse af artikel 11, som de mener er for indviklet. Der er færre afbrydelser med reklameblokke i lande med stram regulering og flere på liberaliserede markeder. Analyserne viser, at begrænsningerne i artikel 18 sikrer en god balance mellem beskyttelsen af seerne og markedets behov. Det kan undgås, at produktplacering ligestilles med skjult reklame, hvis publikum får klar og præcis information om placeringen af en annoncørs produkter i et program.

Form for offentliggørelse af de sagkyndige bidrag

Generaldirektoratet for Informationsfundet og Medier's websted:

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

• **Konsekvensanalyse**

Der er fem mulige udgange på den fornyede overvejelse af 'fjernsyn uden grænser'-direktivet:

(1) Direktivet ophæves

Ud fra alle hensyn - det indre marked for audiovisuelle tjenester, beskyttelsen af mindreårige og den menneskelige værdighed, af forbrugerne og den offentlige orden samt støtten til den kulturelle mangfoldighed - ville en ophævelse af direktivet betyde, at kun der kun ville blive anvendt nationale regler, og at oprindelseslandsprincippet ville være tabt for alle fjernsynsselskaber.

(2) Direktivet ændres ikke

I enhver konsekvensvurdering må der tages stilling til den mulighed, at intet ændres (status quo). De forskellige indvirkninger kan så bedømmes med den situation som reference.

(3) Målrettede ændringer og tydeliggørelse af ordlyden

Direktivet ændres for at ajourføre definitionerne og bringe dem i overensstemmelse med domspraksis fra De Europæiske Fællesskabers Domstol, så det bliver klart, at alle lineære sendeformer, der svarer til fjernsyn, er omfattet. I så fald kommer direktivet ikke til at omfatte ikke-lineære tjenester.

(4) Et samlet regelværk med differentieret behandling af lineære og ikke-lineære tjenester.

Direktivet udgør i dette tilfælde et samlet regelværk for enhver form for elektronisk fremføring af audiovisuelt indhold, men har forskellige regler for forskellige tjenestetyper (nemlig lineære og ikke-lineære). Ikke-lineære tjenester skulle kun være omfattet af et sæt grundregler.

(5) Fuld harmonisering med ligebehandling af lineære og ikke-lineære tjenester.

I så fald skal der vedtages et direktiv om tjenester, der udbyder audiovisuelle programmer, og det skal behandle alle tjenestetyper ens. Alle direktivets bestemmelser - lige fra oprindelseslandsprincippet til kravene om europæisk og uafhængig produktion - vil her gælde for alle udbydere, af lineære såvel som ikke-lineære tjenester.

Konsekvensanalysen går nærmere ind på mulig 2, 3 og 4.

Første mulighed - ophævelse af direktivet - vil hverken være til gavn for operatørerne, som ikke mere ville kunne drive deres virksomhed på et samordnet og åbent europæisk

marked for audiovisuelle tjenester, eller forbrugerne, som ville miste den sikkerhed, der ligger i at have adgang til mange audiovisuelle tjenester, som lever op til et mindstemål at kvalitetsnormer, uanset hvilken medlemsstat de kommer fra. Under hele den omfattende offentlige høring, der er gennemgået i kapitel 1, var der da heller ingen af de berørte parter, der foreslog en sådan fremgangsmåde. Derfor kan mulighed 1 ikke anses for realistisk, og den vil ikke blive behandlet i konsekvensanalysen.

Den sidste mulighed kræver total harmonisering af hele den audiovisuelle branche. Heller ikke den mulighed er behandlet, for som situation ser ud nu - med en uhyre mangfoldig branche i hurtig udvikling og under påvirkning af en skiftende blanding af økonomiske, politiske og sociokulturelle interesser - virker det umuligt at gå den vej inden for en overskuelig fremtid. Heller ikke et forslag af denne art har nogen af de berørte parter bragt på bane.

Der viste sig at være ni hovedgrupper af blandt parterne foruden medlemsstaternes forvaltninger og Kommissionen, som var direkte eller indirekte involveret i gennemførelse af regler på grundlag af 'fjernsyn uden grænser'-direktivet eller den reviderede udgave af det. For disse parter er der lavet en detaljeret konsekvensanalyse af de hovedspørgsmål, der blev drøftet under den offentlige høring. Den er sammenfattet i tabeller for de tre ovennævnte muligheder, se bilaget.

Analysen viser, at status quo-muligheden (mulighed 2) ville have negative følger for et stort antal parter. Kun få ville have reel gavn af et uændret direktiv.

Mulighed 3 ville ifølge analysen påvirke færre parter, fordi den har et begrænset omfang, og den ville også kun forbedre forholdet mellem risiko og udbytte for et fåtal af parter. For nogle af dem ville denne mulighed ikke resultere i nogen væsentlig samlet ændring af vilkårene, mens den i et mindretal af tilfældene ville give positive udsigter.

En samlet lovramme med differentieret behandling af lineære og ikke-lineære tjenester ville give nærmest det modsatte resultat af status quo-muligheden, når man ser på hvor mange af de berørte parter der ville få positivt udbytte hhv. blive negativt berørt af en omfattende revision af direktivet. Selvom der for de fleste ingen ændring ville være af vilkårene, ville denne mulighed give betydeligt bedre udsigter for et meget stort antal berørte parter. Kun i få tilfælde ville vilkårene blive forringet, under forudsætning af at en række hypoteser blev opfyldt.

Kommissionen har gennemført konsekvensvurderingen i overensstemmelse med arbejdsprogrammet. En rapport om den er knyttet som bilag til direktivforslaget og vil blive stillet til rådighed på Generaldirektoratet for Informationssamfundet og Medier's websted:

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

3) FORSLAGETS RETLIGE ASPEKTER

- **Resumé af forslaget**

- Direktivet ændres.

- Der indføres fælles minimumsregler for alle audiovisuelle medier (herunder ikke-lineære tjenester).

- Reklamereglerne gøres smidigere og moderniseres, samtidig med at forbrugerne beskyttes og almindelige retsprincipper sikres.

- **Retsgrundlag**

Artikel 47, stk. 2, og artikel 55 i traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab.

- **Subsidiaritetsprincippet**

Der er stigende bekymring for at forskellige nationale regler for de nye selvvalgtjenester for audiovisuelt medieindhold skal medføre hindringer for konkurrencen på det indre marked. Under revisionen af 'fjernsyn uden grænser'-direktivet må spørgsmålet om, hvordan vilkårene for etableringen af det indre marked og dets funktionsevne kan forbedres, nødvendigvis tages op, med det formål at fjerne de (eksisterende eller sandsynlige) hindringer for udøvelsen af den elementære ret til fri udveksling af tjenesteydelser, som skyldes nationale regler eller mærkbar konkurrenceforvridning på grund af forskelle mellem nationale regler for nye selvvalgtjenester.

Faren for, at retsikkerheden udhules, er reel, hvis medlemsstaterne, efterhånden som der dukker selvvalgtjenester op, begynder at fravige oprindelseslandsprincippet af hensyn til almindelige retsprincipper, med den virkning, at der kom til at gælde ikke-harmoniserede regler for audiovisuelle selvvalgtjenester i forskellige medlemsstater. Samtidig har en nylig spørgeskemaundersøgelse, Kommissionen har gennemført blandt medlemmerne af 'fjernsyn uden grænser'-direktivets kontaktudvalg, vist, at de fleste medlemsstater allerede nu har regler for ikke-lineære (selvvalgs-)tjenester på de vigtigste områder. Og der er faktisk forskelle mellem medlemsstaternes regler for audiovisuelle selvvalgtjenester, og 23 af de 25 medlemsstater har en eller anden form for regulering af de fleste af de forhold, det drejer sig om. Etableres der ikke en harmoniseret europæisk måde at gribe reguleringen an på, vil tilbud, der dækker hele Europa, blive hæmmet af en usikker retstilstand og måske vælge at udflage deres aktiviteter og således på lidt længere sigt skade medlemsstaternes økonomi.

- **Proportionalitetsprincippet**

Der foreslås kun det minimum af harmonisering, der kan sikre de audiovisuelle mediers bevægelsesfrihed på det indre marked. Hvad gennemførelsen angår, henvises der udtrykkeligt til sam- og selvregulering.

Med forslagets bestemmelser bliver overvågningen af reglerne for fjernsynsreklame væsentligt enklere. Da harmoniseringen af minimumsreglerne for ikke-lineære audiovisuelle tjenester som hovedregel ikke medfører nye forpligtelser for operatørerne, men kun harmoniserer dem på europæisk plan for at gennemføre oprindelseslandsprincippet, forekommer den at stå i et rimeligt forhold til formålet.

- **Reguleringsmiddel/-form**

Foreslået middel: direktiv, samregulering, selvregulering.

Det foreslås, at flere virkemidler tages i brug: Hvor det drejer sig om grundlæggende rettigheder, er regulering nødvendig. Samregulering benyttes allerede i vid udstrækning til beskyttelse af mindreårige, og forslaget bør tilskynde til etablering af medreguleringsordninger på de områder, hvor direktivet samordner forholdene. Sådanne ordninger må nyde bred accept blandt de vigtigste berørte parter og rumme midler til effektiv håndhævelse.

4) VIRKNINGER FOR BUDGETTET

Forslaget har ingen virkninger for Fællesskabets budget.

5) SUPPLERENDE OPLYSNINGER

- **Simulering, pilotfase og overgangsperiode.**

Forslaget indeholder bestemmelser om en overgangsperiode.

- **Forenkling**

Forslaget indebærer en forenkling af lovgivningen.

Der bliver tale om en betydelig forenkling af reglerne om fjernsynsreklame i det nuværende 'fjernsyn uden grænser'-direktiv. Dagskvoten ophæves, reklamekategorierne forenkles og reglen om indsættelse af reklamer gøres tydeligere og smidigere.

Forslaget indgår i Kommissionens arbejds- og lovgivningsprogram med referencen 2005//INFSO/032.

- **Fornyet gennemgang/revision/udløbsklausul**

Forslaget indeholder en bestemmelse om fornyet gennemgang.

- **Sammenligningstabel**

Medlemsstaterne skal tilsende Kommissionen de nationale bestemmelser, der sættes i kraft for at gennemføre direktivet, sammen med en sammenligningstabel, der viser sammenhængen mellem de nationale bestemmelser og dette direktiv.

- **Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde**

Den foreslåede retsakt er af relevans for EØS og bør derfor omfatte hele EØS-området.

- **Kort gennemgang af forslaget**

Sigtet med ændringen er at fastlægge regler for audiovisuelle medietjenester på en måde, der er uafhængig af, hvilken platform de leveres fra. Dermed vil de samme grundregler gælde for samme tjenestetype. Hvilke regler der gælder for en given tjeneste skal ikke mere afhænge af, hvilken platform den leveres fra, men derimod af, hvilken art tjeneste der er tale om. Den kommende forordning vil sondre mellem på

den ene side lineære audiovisuelle tjenester, herunder IPTV, streaming og webcasting, og på den anden side ikke-lineære tjenester som f.eks. selvvalgsvideo (video-on-demand).

Med ændringsdirektivet indføres der nye definitioner med udgangspunkt i begrebet "audiovisuel medietjeneste" i det ændrede direktivs artikel 1. Definitionen af audiovisuelle medietjenester omfatter massemedier, hvis funktion er at informere, underholde og oplyse, men ikke nogen form for privat korrespondance, f.eks. e-breve, der udsendes til et begrænset antal modtagere. Denne definition udelukker også alle tjenester, der nok indeholder audiovisuelle elementer, men ikke har leveringen af audiovisuelt indhold som deres primære formål. En tjeneste, hvis audiovisuelle indhold kun tjener som støtte for tjenestens primære formål, er ikke omfattet.

De nye artikler 3c til 3h indeholder grundreglerne for alle audiovisuelle medietjenester. Derfor kan nogle af særbestemmelserne for tv-spredning, f.eks. artikel 7, artikel 12 og artikel 22a, ophæves.

For ikke-lineære tjenester (selvvalgstjenester) vil de gælde et sæt minimumsprincipper for

- beskyttelse af mindreårige
- forbud mod tilskyndelse til had
- identifikation af medietjenesteudbyderen
- identifikation af kommerciel kommunikation
- visse kvalitative restriktioner over for kommerciel kommunikation (f.eks. alkoholreklame eller målretning mod mindreårige).

Den nye artikel 3b indfører en regel om, at de lineære tjenesters ret til at bringe korte nyhedsreportager skal anvendes uden forskelsbehandling.

Hovedændringerne i kapitel IV om fjernsynsreklame drejer sig om smidige regler for indsættelse af reklamer (ændret artikel 11), klare regler for produktplacering, ophævelse af dagskvoten for fjernsynsreklame (f.hv. artikel 18) og afskaffelse af de kvantitative begrænsninger for teleshopping (f.hv. artikel 18a).

Dagskvoten på tre timers reklame anses for forældet, da den ikke finder praktisk anvendelse, hvorfor den udgår. Reglerne om indsættelse af reklame er gjort enklere og smidigere. I stedet for at skulle lade 20 minutter gå mellem hver reklamepause kan fjernsynsselskaberne nu vælge at indsætte reklamerne, når det passer bedst i udsendelsen. Dog må tv-film, spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer kun afbrydes af reklamer en gang for hver 35 minutters spilletid.

Forslag til

**EUROPA-PARLAMENTETS OG RÅDETS DIREKTIV OM ÆNDRING AF RÅDETS
DIREKTIV 89/552/EØF**

**om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne
vedrørende udøvelse af tv-radiospredningsvirksomhed**

(EØS-relevant tekst)

EUROPA-PARLAMENTET OG RÅDET FOR DEN EUROPÆISKE UNION HAR -

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab, særlig artikel 47, stk. 2, og artikel 55,

under henvisning til forslag fra Kommissionen³,

under henvisning til udtalelse fra Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg⁴, og

under henvisning til udtalelse fra Regionsudvalget⁵,

efter proceduren i traktatens artikel 251⁶, og

ud fra følgende betragtninger:

- (1) I direktiv 89/552/EØF samordnes visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne vedrørende udøvelse af tv-spredningsvirksomhed. Den nye teknologi til transmission af audiovisuelle medietjenester bevirker imidlertid, at der nu er behov for at tilpasse regelsættet, så det bliver muligt at tage hensyn til, hvordan strukturforandringer og teknologiske udviklinger påvirker forretningsmodellerne, ikke mindst finansieringen af kommerciel tv-spredning, og at sikre optimale konkurrencevilkår for europæiske virksomheder og tjenester på områderne informationsteknologi og medier.
- (2) Medlemsstaternes love og administrative forskrifter om fjernsynsvirksomhed samordnes allerede nu af direktiv 89/552/EØF, hvorimod reglerne for aktiviteter som selvvalgstjenester for audiovisuelt medieindhold afviger fra hinanden på måder, hvoraf nogle måske vil hindre den frie bevægelighed for sådanne tjenester i EU og forvride konkurrencen på det fælles marked. Medlemsstaterne kan således ifølge artikel 3, stk.

³ EUT C [...] af [...], s. [...].

⁴ EUT C [...] af [...], s. [...].

⁵ EUT C [...] af [...], s. [...].

⁶ EUT C [...] af [...], s. [...].

4, i direktiv 2000/31/EF fravige oprindelseslandsprincippet med begrundelse i nærmere bestemte almindelige retsprincipper.

- (3) De audiovisuelle medietjenesters særlige samfundsmæssige, demokratiske og kulturelle betydning gør en specifik regulering af disse tjenester berettiget.
- (4) Både de traditionelle audiovisuelle medier og de nye selvvalgstjenester rummer et stort potentiale for jobskabelse i Fællesskabet, særlig inden for små og mellemstore virksomheder, og stimulerer den økonomiske vækst og investeringerne.
- (5) Europæiske virksomheder, der udbyder audiovisuelle medietjenester, oplever manglende retssikkerhed og ulige konkurrenceforhold på grund af de juridiske rammevilkår, der gælder for de nye selvvalgstjenester. Derfor det er nødvendigt i det mindste at indføre et sæt fælles grundregler for alle audiovisuelle medietjenester, både for at undgå konkurrenceforvriddning og for at forbedre retssikkerheden.
- (6) Kommissionen har udsendt en meddelelse om den fremtidige europæiske lovgivningspolitik på det audiovisuelle område⁷, hvor den lægger vægt på, at man her må værne visse samfundsmæssige interesser, som f.eks. kulturel mangfoldighed, retten til information, beskyttelsen af mindreårige og forbrugerbeskyttelsen nu og i fremtiden.
- (7) Kommissionen har søsat initiativet "i2010 – Et europæisk informationssamfund"⁸ for at fremme vækst og beskæftigelse i informationssamfundet og mediebranchen. i2010 er en helhedsstrategi, hvis formål er at tilskynde til udviklingen af en digital økonomi i en situation med konvergens mellem informations- og medietjenester, netværk og apparater, ved at modernisere alle EU's politiske virkemidler og tage dem i brug: lovregulering, forskning og partnerskaber med erhvervslivet. Kommissionen har sat sig for at tilvejebringe sammenhængende rammevilkår på det indre marked for informationssamfunds- og medietjenester ved at modernisere lovgrundlaget for audiovisuelle tjenester, og første punkt i dette program er et kommissionsforslag i 2005 om at modernisere 'fjernsyn uden grænser'-direktivet.
- (8) Den 6. september 2005 vedtog Europa-Parlamentet en beslutning om anvendelsen af artikel 4 og 5 i direktiv 89/552/EØF, som ændret ved direktiv 97/36/EF, i perioden 2001-2002 (Weber-betænkningen)⁹. I beslutningen opfordres der til, at det gældende 'fjernsyn uden grænser'-direktiv tilpasses til strukturelle ændringer og til den teknologiske udvikling, uden at der røres ved de tilgrundliggende principper, som stadig er gyldige. Den støtter desuden hovedprincippet om grundregler for alle audiovisuelle medietjenester og supplerende regler for lineære tjenester ("tv-spredning").
- (9) Dette direktiv styrker overholdelsen af de grundlæggende rettigheder og ligger helt på linje med principperne i Den Europæiske Unions charter om grundlæggende

⁷ Meddelelse fra Kommissionen til Rådet, Europa-Parlamentet, Det Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget: Den fremtidige europæiske lovgivningspolitik på det audiovisuelle område - KOM(2003) 784, 15.12.2003.

⁸ Meddelelse fra Kommissionen til Rådet, Europa-Parlamentet, Det Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget: "i2010 – Et europæisk informationssamfund som middel til vækst og beskæftigelse", KOM(2005) 229, 1.6.2005.

⁹ Europa-Parlamentets beslutning om anvendelsen af artikel 4 og 5 i direktiv 89/552/EØF "Fjernsyn uden grænser", som ændret ved direktiv 97/36/EF, i perioden 2001-2002, A6-0202/2005.

rettigheder, særlig artikel 11. Således hindrer direktivet på ingen måde medlemsstaterne i at anvende deres forfatningsregler om presse- og ytringsfrihed.

- (10) Da der nu indføres et sæt harmoniserede minimumskrav i artikel 3c til 3h må medlemsstaterne på de områder, der harmoniseres i dette direktiv, ikke længere afvige fra oprindelseslandsprincippet af hensyn til beskyttelsen af mindreårige, bekæmpelsen af enhver tilskyndelse til had på grund af race, køn, religion eller nationalitet, og krænkelser af enkeltpersoners værdighed eller beskyttelsen af forbrugere, som omhandlet i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2000/31/EF, artikel 3, stk. 4¹⁰.
- (11) Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2002/21/EF¹¹ berører ifølge dets artikel 1, stk. 3, ikke foranstaltninger, der er truffet på fællesskabs- eller nationalt plan for at forfølge mål af almen interesse, navnlig for så vidt angår regulering af indhold og politikken på det audiovisuelle område.
- (12) Bestemmelserne i dette direktiv bør ikke indebære, at medlemsstaterne skal indføre - eller tilskyndes til at indføre - nye systemer med licenser eller administrative tilladelser for nogen medietype.
- (13) Definitionen af audiovisuelle medietjenester omfatter alle audiovisuelle massemedietjenester, uanset om de er programlagte eller bygger på selvvalg. Den omfatter dog kun tjenester, der falder inden for traktatens definition af tjenesteydelser, hvilket vil sige, at den omfatter enhver form for økonomisk virksomhed, herunder den, der udøves af public service-virksomheder, men ikke ikke-økonomiske aktiviteter, som f.eks. rent private websteder.
- (14) Definitionen af audiovisuelle medietjenester omfatter massemedier, hvis funktion er at informere, underholde og oplyse, men ikke nogen form for privat korrespondance, som f.eks. e-breve, der udsendes til et begrænset antal modtagere. Definitionen udelukker også alle tjenester, der ikke er har til formål at distribuere audiovisuelt indhold, dvs. hvis eventuelle audiovisuelle indhold blot er en biomstændighed ved tjenesten og ikke dens hovedformål. Eksempler på dette kunne være websteder, der kun indeholder audiovisuelle elementer, der fungerer som støtte, f.eks. animerede grafiske elementer, små reklamespots eller information om et produkt eller en ikke-audiovisuel tjeneste.
- (15) Dette direktiv omfatter ikke elektroniske udgaver af aviser og blade.
- (16) Udtrykket 'audiovisuel' betegner levende billeder med eller uden lyd og omfatter således stumfilm, men ikke lydtransmission eller radio.
- (17) Begrebet 'redaktionelt ansvar' er afgørende for definitionen af medietjenesteudbyderens rolle og dermed for definitionen af audiovisuelle medietjenester. Dette direktiv berører ikke de fritagelser for ansvar, der er fastsat i direktiv 2000/31/EF.
- (18) Ud over reklame og teleshopping defineres det bredere begreb 'audiovisuel kommerciel kommunikation'. Det indbefatter levende billeder med eller uden lyd, som

¹⁰ EFT L 178 af 17.7.2000, s. 1.

¹¹ EFT L 108 af 24.4.2002, s. 33.

følger audiovisuelle medietjenester og har til formål direkte eller indirekte at fremme afsætningen af varer eller tjenesteydelser eller promovere et image for en fysisk eller juridisk person, der udøver erhvervsvirksomhed. Det omfatter således ikke public service-meddelelser og vederlagsfrie indslag til fordel for velgørenhed.

- (19) Oprindelseslandsprincippet er fortsat kernen i dette direktiv, da det er uomgængeligt for etableringen af et indre marked. Derfor skal det princip anlægges over for alle audiovisuelle medietjenester, således at medietjenesteudbydere får den retssikkerhed at arbejde under, der er nødvendig som grundlag for nye forretningsmodeller og udbygning af disse tjenester. Det er også en forudsætning for den frie udveksling af informationer og audiovisuelle programmer på det indre marked.
- (20) Den teknologiske udvikling, især inden for digitale satellitprogrammer, betyder, at der må anlægges subsidiære kriterier for at sikre, at reguleringen bliver hensigtsmæssig og gennemføres effektivt, og for at give aktørerne faktisk magt over indholdet af en tjeneste, der udbyder audiovisuelle programmer.
- (21) Da dette direktiv vedrører tjenester, der udbydes til almenheden i EU, bør det kun gælde for audiovisuelle medietjenester, som kan modtages direkte eller indirekte af offentligheden i en eller flere medlemsstater med almindeligt forbrugerudstyr. Definitionen af, hvad der er almindeligt forbrugerudstyr, bør overlades til de kompetente nationale myndigheder.
- (22) Den frie etableringsret er fastslået som en grundlæggende ret i traktatens artikel 43-48. Det betyder, at udbydere af audiovisuelle medietjenester som hovedregel har ret til frit at vælge, hvilken medlemsstat de hører hjemme i. Domstolen har desuden understreget, at traktaten ikke indeholder noget "forbud mod, at en virksomhed gør brug af retten til fri udveksling af tjenesteydelser i tilfælde, hvor den ikke udbyder tjenesteydelser i den medlemsstat, hvor den er etableret"¹².
- (23) Medlemsstaterne må kunne anlægge strengere regler over for medietjenesteudbydere under deres jurisdiktion på de områder, der samordnes i dette direktiv. En passende måde, hvorpå det kan sikres, at sådanne regler ikke omgås, vil være at kodificere Domstolens retspraksis¹³ og i tilknytning hertil indføre en mere effektiv procedure, for med denne løsning kan man tage hensyn til medlemsstaternes interesser uden at skabe tvivl om, hvorvidt oprindelseslandsprincippet anvendes korrekt.
- (24) Uanset oprindelseslandsprincippet kan medlemsstaterne under dette direktiv på visse betingelser, jf. direktivets artikel 2a, og efter at have fulgt den procedure, direktivet fastlægger, træffe foranstaltninger, som begrænser den frie bevægelighed for tv-spredningsvirksomhed. Ifølge fast praksis ved Domstolen skal enhver begrænsning i den frie udveksling af tjenesteydelser, som enhver anden afvigelse fra et grundlæggende traktatprincip, fortolkes restriktivt¹⁴.

¹² Sag C-56/96 VT4, se præmis 22, og sag C 212/97 Centros mod Erhvervs- og Selskabsstyrelsen; se også: Sag C-11/95 Kommissionen mod Kongeriget Belgien og sag C-14/96 Paul Denuit.

¹³ Sag C-212/97 - Centros Ltd mod Erhvervs- og Selskabsstyrelsen. sag C-33/74 Van Binsbergen mod Bestuur van de Bedrijfsvereniging; sag C-23/93 TV 10 SA mod Commissariaat voor de Media, se præmis 21.

¹⁴ Sag C-355/98 Kommissionen mod Belgien, dom af 9. marts 2000, Sml. s. I-1221, se præmis 28; sag C-348/96, Calfa, dom af 19. januar 1999, Sml., s. I-0011, se præmis 23.

- (25) I meddelelsen til Rådet og Europa-Parlamentet om bedre regulering for vækst og beskæftigelse i Den Europæiske Union¹⁵ understregede Kommissionen, at der måtte foretages en omhyggelig analyse af, hvilken reguleringsmetode der er mest hensigtsmæssig, og især om lovgivning er at foretrække i en bestemt sektor for et bestemt problem, eller om man bør overveje alternative metoder, f.eks. samregulering eller selvregulering. For samregulering og selvregulering findes de definitioner, kriterier og procedurer, der blev opnået enighed om, i den interinstitutionelle aftale om bedre lovgivning¹⁶. Erfaringerne viste, at sam- og selvregulering, der gennemføres efter medlemsstaternes forskellige retstraditioner, kan spille en væsentlig rolle for realiseringen af en højere grad af forbrugerbeskyttelse.
- (26) Tv-spredningsvirksomheder kan købe eneret til transmission af begivenheder af interesse for offentligheden som underholdningsprogrammer. Det er imidlertid vigtigt at fremme pluralismen gennem mangfoldighed inden for produktion og programsætning af nyheder overalt i EU og at respektere de principper, der er nedfældet i artikel 11 i Den Europæiske Unions charter om grundlæggende rettigheder.
- (27) For at værne om den grundlæggende frihed til at modtage oplysninger og sikre, at seernes interesser i EU nyder den fornødne beskyttelse i fuldt omfang, bør enerettighedshavere til begivenheder, der har offentlighedens interesse, yde andre tv-spredningsvirksomheder og mellemlid, der optræder på vegne af tv-spredningsvirksomheder, ret til at benytte korte uddrag i generelle nyhedsprogrammer på loyale, rimelige og ikke-diskriminerende vilkår under behørig hensyntagen til enerettighederne. Vilkårene bør meddeles i god tid før hver begivenhed, der har offentlighedens interesse, således at andre har tid til at gøre brug af deres ret. Sådanne korte uddrag bør som hovedregel ikke være længere end 90 sekunder.
- (28) Ikke-lineære tjenester adskiller sig fra lineære tjenester, hvad angår brugernes valgmuligheder med hensyn til indhold og tidspunkt, og hvad angår deres samfundsmæssige virkninger¹⁷. Derfor er det rimeligt at fastsætte mindre strenge regler for ikke-lineære tjenester, som kun skal overholde grundreglerne i artikel 3c til 3h.
- (29) Da de audiovisuelle medietjenester har nogle ganske særlige egenskaber, ikke mindst evnen til at påvirke meningsdannelsen, er det afgørende, at brugerne ved præcis, hvem der er ansvarlig for disse tjenesters indhold. Derfor er det vigtigt, at medlemsstaterne sørger for, at medietjenesteudbydere giver let, umiddelbar og vedvarende adgang til de nødvendige oplysninger om, hvem der har det redaktionelle ansvar for indholdet. Hver medlemsstat må fastsætte de nærmere praktiske bestemmelser om, hvordan dette mål kan nås uden overtrædelse af andre relevante bestemmelser i fællesskabsretten.
- (30) I overensstemmelse med proportionalitetsprincippet begrænses dette direktiv til de foranstaltninger, som er strengt nødvendige for at opnå et velfungerende indre marked. Hvor det er nødvendigt, at foranstaltninger træffes på fællesskabsplan, og for at sikre, at der etableres et område, der reelt er uden indre grænser for audiovisuelle

¹⁵ KOM(2005) 97.

¹⁶ EUT C 321 af 31.12.2003, s. 1.

¹⁷ Se f.eks. Sag C-89/04, Mediakabel.

medietjenester, skal direktivet sikre en høj grad af beskyttelse af almene hensyn og især beskyttelse af mindreårige og den menneskelige værdighed.

- (31) Skadeligt indhold i de audiovisuelle medietjenester er en kilde til vedvarende bekymring hos lovgiverne, erhvervslivet og forældrene. Der vil også komme nye udfordringer, især i forbindelse med nye platforme og produkter. Derfor er det nødvendigt at indføre regler, der beskytter mindreåriges fysiske, mentale og moralske udvikling såvel som den menneskelige værdighed i alle audiovisuelle medietjenester og i audiovisuel kommerciel kommunikation.
- (32) Indgreb, hvis formål er at beskytte mindreårige og den menneskelige værdighed, må afvejes nøje mod ytringsfriheden, jf. Den Europæiske Unions charter om grundlæggende rettigheder. Målet med disse indgreb bør således være at sikre en tilstrækkelig grad af beskyttelse af mindreårige, særlig med hensyn til ikke-lineære tjenester, men ikke et egentligt forbud mod indhold, der er uegnet for børn.
- (33) Ingen af dette direktivs bestemmelser om beskyttelse af mindreårige og den offentlige orden, kræver nødvendigvis, at de pågældende indgreb gennemføres som forudgående kontrol med de audiovisuelle medietjenester.
- (34) Efter traktatens artikel 151, stk. 4, skal Fællesskabet tage hensyn til de kulturelle aspekter i sin indsats i henhold til andre bestemmelser i traktaten, navnlig med henblik på at respektere og fremme sine kulturers mangfoldighed.
- (35) Ikke-lineære audiovisuelle medietjenester rummer i sig muligheden for delvis at erstatte lineære tjenester. Derfor bør de, når det er muligt, fremme produktionen og distributionen af europæiske programmer og dermed aktivt bidrage til, at den kulturelle mangfoldighed fremmes. Det bliver vigtigt regelmæssigt på ny at gennemgå anvendelsen af bestemmelserne om audiovisuelle medietjenesters fremme af europæiske programmer. I rapporterne i medfør af artikel 3f, stk. 3, bør medlemsstaterne også gøre rede dels for sådanne tjenesters økonomiske bidrag til produktion af europæiske programmer og til erhvervelse af rettigheder til sådanne programmer, dels for de europæiske programmets andel i de audiovisuelle medietjenesters udbud og for brugernes faktiske forbrug af de europæiske programmer, sådanne tjenester udbyder.
- (36) Under gennemførelsen af artikel 4 i direktiv 89/552/EØF med senere ændringer, bør medlemsstaterne træffe forholdsregler for at sikre, at koproducerede europæiske programmer eller europæiske programmer af udenlandsk oprindelse får en tilstrækkelig andel af tv-spredningsvirksomhedernes programflader.
- (37) Det er vigtigt, at det sikres, at spillefilm sendes inden for perioder, der aftales mellem rettighedshaverne og udbydere af audiovisuelle medietjenester.
- (38) Med adgangen til ikke-lineære tjenester øges forbrugernes valgmuligheder. Detaljerede regler for audiovisuel kommerciel kommunikation for ikke-lineære tjenester forekommer derfor hverken berettigede eller meningsfulde fra en teknisk synsvinkel. Dog bør al audiovisuel kommerciel kommunikation ikke alene overholde identifikationsreglerne, men også et grundlæggende sæt kvalitetsregler, således at klart formulerede, almindelige retsprincipper kan blive opfyldt.

- (39) Kommissionen var i sin fortolkningsmeddelelse om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet om »fjernsyn uden grænser« i forbindelse med tv-reklamer inde på, at nye reklameteknikker og innovationer inden for markedsføring har skabt nye effektive kommercielle kommunikationsmuligheder via traditionelle fjernsynsvirkosomheder, som dermed kan få bedre muligheder for at konkurrere på lige fod med innovationer, der bygger på selvvalg¹⁸. Fortolkningsmeddelelsen gælder stadig for de bestemmelser, der ikke påvirkes af ændringsdirektivet.
- (40) Udviklingen inden for handel og teknologi betyder, at brugerne får flere valgmuligheder og større ansvar, når de bruger de audiovisuelle medietjenester. For at blive ved med at stå i et rimeligt forhold til målene af almen interesse, må reguleringen rumme en vis fleksibilitet for lineære audiovisuelle medietjenester. Adskillelsesprincippet bør begrænses til at gælde reklamer og teleshopping, produktplacering bør tillades under visse omstændigheder, og visse kvantitative restriktioner bør ophæves. Skjult produktplacering bør dog være forbudt. Adskillelsesprincippet bør ikke hindre brug af nye reklameteknikker.
- (41) Foruden dette direktivs bestemmelser om reklamepraksis m.v. gælder bestemmelserne i direktiv 2005/29/EF for urimelig handelspraksis som f.eks. vildledende og aggressiv handelspraksis i audiovisuelle medietjenester. Direktiv 2003/33/EF, som forbyder reklame for cigaretter og andre tobaksvarer i trykte medier, informationssamfundstjenester og radioudsendelser, berører ikke Rådets direktiv 89/552/EØF af 3. oktober 1989 om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne vedrørende udøvelse af tv-radio-spredningsvirksomhed; dette forhold mellem direktiv 2003/33/EF og direktiv 89/552/EØF bør på grund af de audiovisuelle medietjenesters særlige karakter forblive uændret, når nærværende direktiv er trådt i kraft. Artikel 88, stk. 1, i direktiv 2001/83/EF¹⁹, som forbyder offentlig reklame for visse lægemidler, gælder, som fastsat i samme artikels stk. 5, med forbehold af artikel 14 i direktiv 89/552/EØF; dette forhold mellem direktiv 2001/83/EF og direktiv 89/552/EØF bør forblive uændret, når nærværende direktiv er trådt i kraft.
- (42) Da stigningen i antallet af nye tjenester har givet seerne et større udvalg, er det ikke længere berettiget at detailregulere indsættelsen af reklameindslag for at beskytte seerne. Direktivet øger ikke den tilladte reklamemængde pr. time, men giver tv-spredningsforetagenderne smidigere mulighed for at vælge, hvor de indsættes, blot dette ikke virker urimeligt forstyrrende på helheden i det enkelte program.
- (43) Direktivet har til formål at beskytte det særlig karakteristiske ved europæisk fjernsyn og begrænser derfor muligheden for afbrydelser i spillefilm og tv-film samt i visse programkategorier, der endnu har brug for særlig beskyttelse.
- (44) Begrænsningen af, hvor megen reklame der kunne sendes om dagen, har i det store og hele vist sig at være teoretisk. Timekvoten er vigtigere, da den også gælder i den bedste sendetid. Dagskvoten bør derfor ophæves, mens timekvoten bør bevares for reklame og teleshoppingindslag. I betragtning af forbrugernes øgede valgmuligheder

¹⁸ EUT C 102 af 28.4.2004, s. 2.

¹⁹ Senest ændret ved Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2004/27/EF af 31. marts 2004 om ændring af direktiv 2001/83/EF om oprettelse af en fællesskabskodeks for humanmedicinske lægemidler (EFT L 136 af 30.4.2004, s. 34).

synes heller ikke grænserne for, hvor længe der må sendes på teleshopping- og reklamekanaler, længere at være berettigede. Derimod bør 20 %-grænsen for reklame per klokke time fastholdes, undtagen for længerevarende reklameformer som produktpræsentation mv. ("telepromotions") og teleshopping, hvis særlige egenskaber og præsentationsmetode gør dem mere tidskrævende²⁰.

- (45) Skjult reklame forbydes af dette direktiv, fordi den påvirker forbrugerne negativt. Forbuddet mod skjult reklame omfatter ikke retmæssig produktplacering i overensstemmelse med dette direktiv.
- (46) Produktplacering er en realitet i spillefilm og tv-programmer, men medlemsstaterne har forskellige regler om denne praksis. For at sikre lige konkurrencevilkår og dermed styrke den europæiske mediebranches konkurrenceevne må der vedtages regler for produktplacering. Direktivets definition af produktplacering omfatter enhver form for audiovisuel kommerciel kommunikation, hvorved der i en udsendelse, normalt mod betaling eller tilsvarende modydelse, vises eller henvises til en vare, en tjenesteydelse eller et varemærke for en vare eller tjenesteydelse. For produktplacering gælder de samme kvalitative regler og begrænsninger for som reklame.
- (47) Tilsynsmyndighederne bør være uafhængige af både de nationale regeringer og udbydere af audiovisuelle medietjenester, således at de kan udføre deres arbejde upartisk og gennemsigtigt og bidrage til pluralismen. Det er nødvendigt for at direktivet kan blive anvendt korrekt, at de nationale tilsynsmyndigheder og Kommissionen samarbejder tæt.

UDSTEDT FØLGENDE DIREKTIV:

Artikel 1

Direktiv 89/552/EØF²¹ ændres således:

- (1) Titlen affattes således:

"Europa-Parlamentets og Rådets direktiv .../EF om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne om udbud af audiovisuelle medietjenester (direktivet om audiovisuelle medietjenester)".

- (2) Artikel 1 affattes således:

"Artikel 1

I dette direktiv gælder følgende definitioner:

²⁰ Sagerne Reti Televisive Italiane SpA (RTI) (C-320/94), Radio Torre (C-328/94), Rete A Srl (C-329/94), Vallau Italiana Promomarket Srl (C-337/94), Radio Italia Solo Musica Srl m.fl. (C-338/94) og GETE Srl (C-339/94) mod Ministero delle Poste e Telecomunicazioni, Samling af Afgørelser 1996 side I-06471.

²¹ EFT L 298 af 17.10.1989, s. 23. Senest ændret ved direktiv 97/36/EF (EFT L 202 af 30.7.1997, s. 60).

- (a) "audiovisuel medietjeneste": En tjeneste i overensstemmelse med definitionen af tjenesteydelser i traktatens artikel 49 og 50, hvis hovedformål er at udbyde informerende, underholdende eller oplysende levende billeder med eller uden lyd til offentligheden via elektroniske kommunikationsnet som defineret i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2002/21/EF, stk. 2, litra a²².
- (b) "medietjenesteudbyder": Den fysiske eller juridiske person, der har det redaktionelle ansvar for valget af audiovisuelt indhold i den audiovisuelle medietjeneste og bestemmer hvordan det tilrettelægges.
- (c) "tv-spredning" og "fjernsynsudsendelse": En lineær audiovisuel medietjeneste, hvor medietjenesteudbyderen fastlægger sendetidspunktet for et givet program og tilrettelægger programfladen.
- (d) "tv-spredningsforetagende": En udbyder af lineære audiovisuelle medietjenester.
- (e) "ikke-lineær tjeneste": En audiovisuel medietjeneste, hvor brugeren afgør sendetidspunktet for et program på grundlag af medietjenesteudbyderens programudbud.
- (f) "audiovisuel kommerciel kommunikation": Levende billeder med eller uden lyd, som følger med audiovisuelle medietjenesteydelser og har til formål direkte eller indirekte at fremme afsætningen af varer eller tjenesteydelser eller promovere et image for en fysisk eller juridisk person, der udøver økonomisk virksomhed.
- (g) "fjernsynsreklame": Enhver meddelelse i en hvilken som helst form, som udsendes enten mod vederlag eller anden modydelse eller med selvpromoverende formål af en offentlig eller privat virksomhed i forbindelse med handel, industri, håndværk eller liberale erhverv for at fremme afsætning mod betaling af varer eller tjenesteydelser, herunder fast ejendom, rettigheder og forpligtelser.
- (h) "skjult reklame": Præsentation i ord eller billeder af varer, tjenesteydelser, en vareproducents eller tjenesteyders navn, varemærke eller aktiviteter i programmer, når præsentationen efter tv-spredningsforetagendets hensigt skal tjene som reklame og vil kunne vildlede offentligheden om sin karakter af reklame. Præsentationen anses navnlig for at være tilsigtet, når den foretages mod vederlag eller lignende betaling.
- (i) "sponsorering": Ethvert bidrag fra en offentlig eller privat virksomhed, der ikke udbyder audiovisuelle medietjenester eller producerer audiovisuelle værker, til finansieringen af programmer, der udbydes af audiovisuelle medietjenester, med henblik på at fremme virksomhedens navn, varemærke, image, aktiviteter eller produkter.

²² EFT L 108, 24.4.2002, s 33.

- (j) "teleshopping": Udsendelse af direkte tilbud til offentligheden med henblik på levering mod betaling af varer eller tjenesteydelser, herunder fast ejendom, rettigheder og forpligtelser.
 - (k) "produktplacering": Enhver form for audiovisuel kommerciel kommunikation, hvorved der vises en vare, en tjenesteydelse eller et varemærke for en vare eller tjenesteydelse i et program, der udbydes af en audiovisuel medietjeneste, normalt mod vederlag eller lignende betaling."
- (3) I artikel 2 foretages følgende ændringer:
- (a) I stk. 1 ændres "fjernsynsudsendelser, der udsendes af tv-spredningsforetagender" til "audiovisuelle medietjenester, der udbydes af medietjenesteudbydere" og "udsendelser" til "audiovisuelle medietjenester".
 - (b) I stk. 2 ændres "tv-spredningsforetagender" til "medietjenesteudbydere".
 - (c) I stk. 3 ændres "tv-spredningsforetagende" til "medietjenesteudbyder", "redaktionelle beslutninger om programlægningen" til "redaktionelle beslutninger om den audiovisuelle medietjeneste", "tv-spredningsvirksomhed" til "audiovisuel medievirksomhed", "hvor det først begyndte sin tv-spredningsvirksomhed" til "hvor det først begyndte sin virksomhed" og "beslutningerne om programlægningen" til "beslutningerne om den audiovisuelle medietjeneste".
 - (d) Stk. 4 affattes således:

“4. Medietjenesteudbydere, som ikke er omfattet af stk. 3, anses for at høre under en medlemsstats jurisdiktion:

 - (a) når de foretager satellit-uplink fra den pågældende medlemsstat
 - (b) når de, skønt de ikke foretager satellit-uplink fra en medlemsstat, benytter en satellitkapacitet, der stilles til rådighed fra denne medlemsstats side."
 - (e) I stk. 5 ændres "tv-spredningsforetagendet" til "medietjenesteudbyderen" og "artikel 52" til "artikel 43".
 - (f) Stk. 6 affattes således:

“6. Dette direktiv finder ikke anvendelse på audiovisuelle medietjenester, der udelukkende er bestemt til modtagelse i tredjelande, og som ikke i en eller flere medlemsstater modtages direkte eller indirekte af offentligheden ved hjælp af almindeligt forbrugerudstyr."
 - (g) Følgende indsættes som stk. 7, 8, 9 og 10:

“7. For at forebygge misbrug eller svig kan en medlemsstat vedtage foranstaltninger rettet mod en medietjenesteudbyder, der er etableret i en anden medlemsstat, men retter hele eller størstedelen af sin virksomhed mod den førstnævnte medlemsstats område. Den førstnævnte medlemsstat fører i hvert

enkelt tilfælde bevis for, at det forholder sig sådan.

8. Medlemsstaterne må kun træffe foranstaltninger i medfør af stk. 7, hvis alle følgende betingelser er opfyldt:

- (a) Den modtagende medlemsstat anmoder den medlemsstat, hvor medietjenesteudbyderen er etableret om at træffe foranstaltninger.
- (b) Sidstnævnte medlemsstat træffer ikke sådanne foranstaltninger.
- (c) Førstnævnte medlemsstat underretter Kommissionen og den medlemsstat, hvor medietjenesteudbyderen er etableret, om, at den har til hensigt at træffe sådanne foranstaltninger.
- (d) Kommissionen træffer beslutning om, at foranstaltningen er forenelig med fællesskabsretten.

9. Foranstaltninger i medfør af stk. 7 skal være objektivt nødvendige, skal benyttes uden forskelsbehandling, skal være egnede til at give de tilsigtede resultater og må ikke være mere vidtgående end nødvendigt for at nå disse resultater.

10. Kommissionen træffer beslutning senest tre måneder efter at have modtaget underretningen, jf. stk. 8. Hvis Kommissionen beslutter, at foranstaltningen ikke er forenelig med fællesskabsretten, afstår den pågældende medlemsstat fra at træffe de foreslåede foranstaltninger."

(4) I artikel 2a foretages følgende ændringer:

a) Stk. 1 affattes således:

"1. Medlemsstaterne skal sikre modtagefrihed og må ikke hindre retransmissioner på deres område af audiovisuelle medietjenester fra andre medlemsstater af grunde, der falder inden for områder, der er samordnet ved dette direktiv."

b) I stk. 2 ændres "artikel 22a" til "artikel 3e".

(5) Artikel 3 affattes således:

"Artikel 3

1. Medlemsstaterne kan kræve, at medietjenesteudbydere, som hører under deres jurisdiktion, overholder strengere eller mere detaljerede bestemmelser på de områder, der er omfattet af dette direktiv.
2. Medlemsstaterne sikrer ved passende midler og inden for rammerne af deres retsfor skrifter, at medietjenesteudbydere, der hører under deres jurisdiktion, reelt overholder dette direktiv.
3. Medlemsstaterne fremmer ordninger for samregulering på de områder, der samordnes ved dette direktiv. Disse ordninger tilrettelægges, så de nyder bred

accept blandt de vigtigste berørte parter og rumme midler til effektiv håndhævelse."

(6) Følgende indsættes som artikel 3b-3h:

"Artikel 3b

1. Medlemsstaterne sørger for, at tv-spredningsforetagender, der er etableret i andre medlemsstater, på rimelige og fornuftige vilkår og uden forskelsbehandling kan få adgang til at sende korte nyhedsindslag om arrangementer, der vækker stærk interesse i offentligheden og transmitteres af et tv-spredningsforetagende under deres jurisdiktion.
2. Tv-spredningsforetagenderne kan frit vælge de korte nyhedsindslag fra det transmitterende tv-spredningsforetagendes signal på betingelse af, at de som minimum oplyser kilden.

Artikel 3c

Medlemsstaterne sørger for, at udbydere af audiovisuelle medietjenester under deres jurisdiktion giver modtagerne af ydelserne let, umiddelbar og vedvarende adgang til følgende oplysninger som minimum:

- (a) medietjenesteudbyderens navn
- (b) den fysiske adresse, hvor medietjenesteudbyderen er etableret
- (c) oplysninger, som gør det muligt at kontakte medietjenesteudbyderen hurtigt, direkte og effektivt, herunder udbyderens e-postadresse eller websted
- (d) i givet fald den kompetente tilsynsmyndighed.

Artikel 3d

Medlemsstaterne træffer passende foranstaltninger for at sikre, at audiovisuelle medietjenester, som hører under deres jurisdiktion, ikke udbydes på en måde, der i alvorlig grad kan skade mindreåriges fysiske, psykiske eller moralske udvikling.

Artikel 3e

Medlemsstaterne sikrer ved passende midler, at audiovisuelle medietjenester og audiovisuel kommerciel kommunikation fra tjenesteudbydere under deres jurisdiktion, ikke på nogen måde tilskynder til had på grund af køn, race, etnisk oprindelse, religion eller tro, handicap, alder eller seksuel orientering.

Artikel 3f

1. Medlemsstaterne sørger for, at medietjenesteudbydere under deres jurisdiktion, når det er muligt, ved passende midler fremmer produktionen af og adgangen til europæiske programmer som defineret i artikel 6.
2. Medlemsstaterne sørger for, at medietjenesteudbydere under deres jurisdiktion ikke sender spillefilm uden for de perioder, der er aftalt med rettighedshaverne.
3. Medlemsstaterne indberetter til Kommissionen, hvordan foranstaltningen i stk. 1 er gennemført, senest ved udgangen af det fjerde år efter vedtagelsen af dette direktiv og derefter hvert tredje år.
4. På grundlag af medlemsstaternes oplysninger aflægger Kommissionen rapport til Europa-Parlamentet og Rådet om anvendelsen af stk. 1 og redegør herunder for den markedsmæssige og teknologiske udvikling.

Artikel 3g

Medlemsstaterne sikrer, at audiovisuel kommerciel kommunikation, der udsendes af tjenesteudbydere under deres jurisdiktion, lever op til følgende krav:

- (a) Audiovisuel kommerciel kommunikation skal klart kunne identificeres som sådan. Skjult audiovisuel kommerciel kommunikation er forbudt.
- (b) Der må ikke bruges subliminale teknikker i audiovisuel kommerciel kommunikation.
- (c) Audiovisuel kommerciel kommunikation må ikke:
 - i) være diskriminerende med hensyn til race, køn eller nationalitet
 - ii) krænke personer på grund af deres religiøse eller politiske overbevisning
 - iii) tilskynde til adfærd, der kan være til skade for sundheden eller for sikkerheden
 - iv) tilskynde til adfærd, der kan være til skade for miljøbeskyttelsen.
- (d) Alle former for audiovisuel kommerciel kommunikation og teleshopping vedrørende cigaretter og andre tobaksvarer er forbudt.
- (e) Audiovisuel kommerciel kommunikation for at fremme salget af alkoholiske drikkevarer må ikke være henvendt til mindreårige og ikke tilskynde til umådeholden indtagelse af sådanne drikkevarer.
- (f) Audiovisuel kommerciel kommunikation må ikke skade mindreårige moralsk eller fysisk. Den må derfor ikke direkte tilskynde mindreårige til at købe et produkt eller tjenesteydelse ved at udnytte deres manglende erfaring eller deres godtroenhed, direkte opfordre dem til at overtale deres forældre eller andre til

at købe de varer eller tjenesteydelser, der reklameres for, udnytte mindreåriges særlige tillid til forældre, lærere eller andre eller uden grund vise mindreårige i farlige situationer.

Artikel 3h

1. Audiovisuelle medietjenester, der er sponsoreret eller indeholder produktplacering, skal opfylde følgende krav:
 - (a) Indholdet og i givet fald programlægningen af sådanne audiovisuelle medietjenester må under ingen omstændigheder påvirkes på en måde, der berører medietjenesteudbyderens ansvar og redaktionelle uafhængighed.
 - (b) Sådanne tjenester må ikke direkte tilskynde til køb eller leje af varer eller tjenesteydelser, og må især ikke indeholde særlige reklamehenvisninger til sådanne varer eller tjenesteydelser.
 - (c) Seerne skal informeres tydeligt om, at der findes en sponsoraftale, og/eller, at der foregår produktplacering. Sponsorerede programmer skal klart kunne identificeres som sponsorerede, ved at sponsorens navn, logo og/eller andet symbol, f.eks. en angivelse af vedkommendes produkt(er) eller tjenesteydelse(r) eller et kendemærke for dem, angives på en passende måde ved programmernes begyndelse eller slutning eller undervejs i dem. Indeholder et program produktplacering, skal det markeres ved dets begyndelse for at undgå enhver misforståelse hos seeren.
 2. Audiovisuelle medietjenester må ikke sponsoreres af foretagender, hvis hovedvirksomhed er fremstilling eller salg af cigaretter og andre tobaksvarer. Audiovisuelle medietjenester må endvidere ikke indeholde placering af tobaksprodukter eller cigaretter eller produktplacering fra virksomheder, hvis hovedaktivitet er fremstilling eller salg af cigaretter eller andre tobaksprodukter.
 3. Når audiovisuelle medietjenester sponsoreres af foretagender, hvis virksomhed omfatter fremstilling eller salg af lægemidler og medicinsk behandling, må denne sponsorering fremme foretagendets navn eller image, men ikke bestemte lægemidler eller medicinske behandlinger, der er receptpligtige i den medlemsstat, under hvis jurisdiktion medietjenesteudbyderen hører.
 4. Nyheds- og aktualitetsprogrammer må ikke sponsoreres og ikke indeholde produktplacering. Audiovisuelle medietjenester i form af børneprogrammer og dokumentarprogrammer må ikke indeholde produktplacering."
- (7) I artikel 6 foretages følgende ændringer:
- a) Stk. 1, litra c), affattes således:

"programmer, der er koproduceret på grundlag af aftaler vedrørende den

audiovisuelle sektor mellem Det Europæiske Fællesskab og tredjelande, og som opfylder de betingelser, der er fastsat i hver af disse aftaler."

- b) Stk. 3 udgår.
- c) Stk. 4 bliver til stk. 3.
- d) Stk. 5 udgår.

(8) Artikel 7 udgår.

(9) Artikel 10 affattes således:

"Artikel 10

1. Fjernsynsreklamer og teleshopping skal klart kunne identificeres som sådanne og holdes klart adskilte fra den øvrige programvirksomhed med optiske og/eller akustiske midler.
2. Isolerede reklame- og teleshoppingindslag må kun forekomme undtagelsesvis, undtagen i sportsprogrammer."

(10) Artikel 11 affattes således:

"Artikel 11

1. Medlemsstaterne sikrer, at indsættelse af reklamer eller teleshoppingindslag i programmer ikke går ud over programmernes integritet eller rettighedshavernes rettigheder.
2. Udsendelsen af film produceret for fjernsynet (bortset fra serier, føljetoner, lette underholdningsprogrammer og dokumentarprogrammer), spillefilm, børneprogrammer og nyhedsprogrammer må afbrydes af reklamer og/eller teleshoppingindslag en gang for hver periode på 35 minutter.

Der må ikke indsættes reklamer eller teleshoppingindslag i gudstjenester."

(11) Artikel 12 og 13 udgår.

(12) Artikel 16 og 17 udgår.

(13) Artikel 18 affattes således:

"Artikel 18

1. Korte indslag med reklame eller teleshopping og andre korte reklameformer må ikke fylde mere end 20 % af en given klokkeperiode.

2. Annonceringer fra tv-spredningsforetagendet af egne programmer og af produkter med direkte tilknytning til disse programmer, sponsorannonceringer og produktplacering er ikke omfattet af stk. 1."

(14) Artikel 18a udgår.

(15) Artikel 19 affattes således:

"Artikel 19

Dette direktiv finder med de nødvendige tilpasninger anvendelse på fjernsynsudsendelser, der udelukkende sender reklamer og teleshopping, og på fjernsynsudsendelser, der udelukkende sender selvpromoverende programmer. Dog gælder kapitel III og artikel 11 (regler om indsættelse af reklame) og artikel 18 (varigheden af reklame og teleshopping) ikke for disse udsendelser."

(16) Artikel 19a udgår.

(17) Artikel 20 affattes således:

"Artikel 20

For udsendelser, der udelukkende er bestemt til det nationale område, og som hverken direkte eller indirekte kan modtages af offentligheden i en eller flere andre medlemsstater, og for udsendelser med en ubetydelig seerandel kan medlemsstaterne, hvis de ikke overtræder fællesskabsretten, fastsætte andre betingelser end dem, der gælder efter artikel 11, stk. 2, og artikel 18, jf. også artikel 3."

(18) Artikel 22a og 22b udgår.

(19) I artikel 23a foretages følgende ændringer:

I stk. 2, litra e, ændres "tv-spredningstjenester" til "audiovisuelle medietjenester".

(20) Følgende indsættes som artikel 23b:

"Artikel 23b

1. Medlemsstaterne garanterer de nationale tilsynsmyndigheders uafhængighed og tilser, at de optræder upartisk og gennemsigtigt i udøvelsen af deres beføjelser.
2. De nationale tilsynsmyndigheder underretter i nødvendigt omfang hinanden og Kommissionen om anvendelsen af dette direktiv."

(21) Artikel 25 og 25a udgår.

(22) Artikel 26 affattes således:

"Artikel 26

Senest den [...] og derefter hvert andet år skal Kommissionen forelægge Europa-Parlamentet, Rådet og Det Økonomiske og Sociale Udvalg en beretning om gennemførelsen af dette direktiv som ændret, og eventuelt fremsætte yderligere forslag for at tilpasse det til udviklingen inden for audiovisuelle medietjenester, specielt på baggrund af den seneste teknologiske udvikling og sektorens konkurrenceevne."

Artikel 2

I forordning (EF) nr. 2006/2004²³ foretages følgende ændringer:

I forordningens bilag, "Direktiver og forordninger, der er omfattet af artikel 3, litra a)", affattes punkt 4 således:

"4. Rådets direktiv 89/552/EØF af 3. oktober 1989 om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne vedrørende udøvelse af tv-spredningsvirksomhed: artikel 3g til 3h²⁴ og artikel 10 til 20²⁵. Direktivet er senest ændret ved Europa-Parlamentets og Rådets direktiv .../.../EF²⁶."

Artikel 3

1. Medlemsstaterne sætter de nødvendige love og administrative bestemmelser i kraft for at efterkomme dette direktiv senest den [...]. De tilsender straks Kommissionen disse bestemmelser samt en sammenligningstabel over disse bestemmelser og nærværende direktiv.

Disse love og bestemmelser skal ved vedtagelsen indeholde en henvisning til dette direktiv eller skal ved offentliggørelsen ledsages af en sådan henvisning. De nærmere regler for henvisningen fastsættes af medlemsstaterne.

2. Medlemsstaterne tilsender Kommissionen de vigtigste nationale bestemmelser, som de udsteder på det område, der er omfattet af dette direktiv.

Artikel 4

Dette direktiv træder i kraft dagen efter offentliggørelsen i *Den Europæiske Unions Tidende*.

Artikel 5

Dette direktiv er rettet til medlemsstaterne.

²³ EUT L 364 af 9.12.2004, s. 1.

²⁴ EUT L xxxx, s. xxx.

²⁵ EFT L 298 af 17.10. 1989, s. 23.

²⁶ EUT L xxxx, s. xxx.

Udfærdiget i Bruxelles, den

På Europa-Parlamentets vegne
Formand

På Rådets vegne
Formand