



KOMISJA WSPÓLNOT EUROPEJSKICH

Bruksela, dnia 29.3.2007
KOM(2007) 170 wersja ostateczna

2005/0260 (COD)

Zmieniony wniosek

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

**w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i
administracyjnych państw członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej
działalności transmisyjnej („Medialne usługi audiowizualne bez granic”)**

(przedstawiona przez Komisję)

Zmieniony wniosek

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

**w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i
administracyjnych państw członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej
działalności transmisyjnej („Medialne usługi audiowizualne bez granic”)**

1. PRZEBIEG PROCEDURY

Przekazanie wniosku do Rady i Parlamentu Europejskiego Nr ref. COM(2005) 646 -
2005/0260(COD) dnia 15 grudnia 2005 r.

Opinia Komitetu Ekonomiczno-Społecznego dnia 13 września 2006 r.

Opinia Komitetu Regionów dnia 11 października 2006 r.

Opinia Parlamentu Europejskiego - pierwsze czytanie dnia 13 grudnia 2006 r.

2. CEL WNIOSKU KOMISJI

Celem wniosku jest pogłębienie rynku wewnętrznego w zakresie nielinearnych usług audiowizualnych lub usług audiowizualnych na żądanie (osiągnięcie minimalnego poziomu harmonizacji w odniesieniu do ochrony małoletnich, wypowiedzi szerzących nienawiść, przekazów handlowych) w oparciu o zasadę kraju pochodzenia, a także unowocześnienie przepisów, szczególnie tych dotyczących reklamy, w odniesieniu do usług linearnych lub nadawczych.

3. OPINIA KOMISJI NA TEMAT POPRAWEK PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO

3.1. Poprawki przyjęte przez Komisję

Komisja może przyjąć szereg poprawek, które są zgodne z wnioskiem Komisji oraz z ogólnym podejściem Rady z dnia 13 listopada 2006 r. Z tego względu Komisja może przyjąć **w całości następujące poprawki:**

6, 11, 12, 14, 16, 20, 25, 30, 32, 41, 42, 43, 49, 56, 62, 67, 78, 79, 81, 84, 85, 89-92, 99, 115, 117, 120-125, 133, 138, 144, 199¹, 213, 221, 222, 224, 226.

¹ Równe rozłożenie głosów w sprawie poprawki 199, którą Komisja początkowo odrzuciła, oznaczało, że poprawka 215 została odrzucona, jednakże doprowadziło to do przyjęcia poprawki identycznej z tą opatrzoną numerem 215, która została zaakceptowana przez Komisję.

3.2. Poprawki zaakceptowane przez Komisje częściowo lub co do zasady

Preambuła:

W odniesieniu do motywów Komisja może przyjąć następujące poprawki z zastrzeżeniem zmiany ich brzmienia. Wymienione zmiany wynikają przede wszystkim ze zmian w części normatywnej i mają na celu uproszczenie poprawek i zapewnienie ich większej spójności.

Poprawka 1 (motyw 1):

„1. Dyrektywa 89/552/EWG koordynuje niektóre przepisy ustawowe, wykonawcze i administracyjne państw członkowskich dotyczące wykonywania działalności transmisyjnej. Jednakże nowe technologie transmisji medialnych usług audiowizualnych wymagają dostosowania ram regulacyjnych tak, by uwzględnić wpływ zmian strukturalnych, rozpowszechniania technologii telekomunikacyjnych oraz rozwoju technologicznego na sposoby prowadzenia działalności gospodarczej, a zwłaszcza na finansowanie transmisji prowadzonych w celach komercyjnych, a także by zapewnić optymalne warunki konkurencyjności i pewność prawną europejskiemu sektorowi technologii informatycznych oraz europejskim przedsiębiorstwom i dostawcom usług medialnych, jak również poszanowanie różnorodności kulturowej i językowej.”

Poprawka 3 (motyw 3):

„3. Medialne usługi audiowizualne stanowią w takim samym stopniu usługi o charakterze kulturowym, jak i o charakterze ekonomicznym. Ich rosnące znaczenie dla społeczeństw, demokracji – w szczególności poprzez zapewnianie wolności informacji, różnorodności opinii i pluralizmu mediów – edukacji i kultury uzasadnia zastosowanie szczególnych przepisów w odniesieniu do tych usług.”

Poprawka 4 (motyw 3a):

„W rezolucjach z dnia 1 grudnia 2005 r., dnia 4 kwietnia i dnia 27 kwietnia 2006 r. Parlament Europejski podkreślił międzynarodowy wymiar usług audiowizualnych oraz fakt, że działalność, dobra i usługi związane z kulturą mają charakter zarówno ekonomiczny, jak i kulturowy.”

Poprawka 7 (motyw 5):

„5. Podstawowe zasady dyrektywy 89/552/EWG, czyli zasada kraju nadawania i wspólne normy minimalne, sprawdziły się i dlatego należy je zachować. Jednakże europejskim przedsiębiorstwom dostarczającym medialnych usług audiowizualnych brakuje pewności prawnej i jednakowych warunków konkurencji odnośnie do systemu prawnego obowiązującego w stosunku do pojawiających się na rynku usług na żądanie. Dlatego niezbędne jest, w celu uniknięcia zakłóceń konkurencji, poprawy pewności prawnej, przyczynienia się do utworzenia jednolitego rynku i ułatwienia powstania jednolitego obszaru informacji, zastosowanie w odniesieniu do wszystkich medialnych usług audiowizualnych, zarówno linearnych, jak i nielinearnych, podstawowych wspólnych przepisów.”

Poprawka 8 (motyw 6):

„6. Komisja przyjęła komunikat w sprawie przyszłych uregulowań europejskiej polityki audiowizualnej, w którym podkreśla, że polityka w sprawie uregulowań w tym sektorze musi zabezpieczać określone interesy publiczne, takie jak różnorodność kulturowa, prawo do informacji, **znaczenie pluralizmu mediów**, ochrona małoletnich i ochrona konsumentów, a także podwyższanie umiejętności korzystania z mediów.”

Poprawka 10 (motyw 6b)²:

„6b. Zasada kraju pochodzenia jest elementem niezbędnym dla powstania i dalszego rozwoju paneuropejskiego rynku audiowizualnego charakteryzującego się prężnym przemysłem tworzącym programy o treści europejskiej. Zasada ta sprzyja ponadto prawu widzów do dokonywania swobodnego wyboru w ramach szerokiej gamy programów europejskich, a zatem przyczynia się do pluralizmu mediów.”

Poprawka 13 i poprawka 110³ (motyw 9):

„9. Niniejsza dyrektywa przyczynia się do przestrzegania praw podstawowych i jest w pełni zgodna z zasadami, prawami i wolnościami zapisanymi w Karcie Praw Podstawowych Unii Europejskiej, w szczególności w jej art. 11. W tym kontekście państwa członkowskie, które jeszcze tego nie uczyniły, powinny ustanowić niezależne organy regulacyjne w dziedzinach objętych niniejszą dyrektywą. Decyzja dotycząca tego, czy bardziej stosowne jest ustanowienie jednego organu regulacyjnego dla wszystkich medialnych usług audiowizualnych, czy też kilku odrębnych organów dla każdej kategorii usług (linearnych lub nielinearnych), należy do państw członkowskich. Ponadto niniejsza dyrektywa w żaden sposób nie uniemożliwia państwom członkowskim stosowania ich norm konstytucyjnych odnoszących się do wolności prasy i wolności słowa w mediach.”

Poprawka 17 (motyw 12):

„12. Żaden przepis niniejszej dyrektywy nie zobowiązuje ani nie zachęca państw członkowskich do wprowadzania nowych systemów licencjonowania lub administracyjnego zatwierdzania dla jakiegokolwiek rodzaju medialnych usług audiowizualnych.”

Poprawka 18 (motyw 13):

„13. Definicja medialnych usług audiowizualnych obejmuje jedynie medialne usługi audiowizualne, udostępniane zgodnie z układem programów lub na żądanie, **które są usługami masowego przekazu, tj. są przeznaczone do odbioru przez znaczącą część ogółu odbiorców i mogą mieć na nich wyraźny wpływ. Medialne usługi audiowizualne składają się z programów. Przykładami programów są: filmy pełnometrażowe, relacje sportowe, seriale komediowe, filmy dokumentalne, programy dla dzieci oraz filmy telewizyjne. Zakres definicji jest ograniczony do usług w rozumieniu Traktatu, a więc obejmuje każdy rodzaj działalności gospodarczej, w tym działalność przedsiębiorstw świadczących usługi publiczne, lecz nie obejmuje działalności zasadniczo niegospodarczej ani niestanowiącej konkurencji dla nadawania programów telewizyjnych, takiej jak prywatne witryny internetowe oraz usługi polegające na dostarczaniu lub rozpowszechnianiu treści audiowizualnej wytworzonej przez**

² Przyjęta jedynie co do zasady ze względu na niepoprawną pierwotną numerację.

³ Odniesienie do Karty zostało zaproponowane przez Parlament Europejski w części normatywnej, w związku z czym zostało przyjęto tylko co do zasady.

prywatnych użytkowników po to, by ją udostępniać lub wymieniać się nią w ramach grup zainteresowań. Definicja wyłącza również wszelkie usługi, które nie mają na celu rozpowszechniania treści audiowizualnej, tj. gdy treść audiowizualna jedynie towarzyszy usłudze i nie jest jej zasadniczym celem.”

Poprawka 23 (motyw 16):

„16. Dla celów niniejszej dyrektywy określenie „audiowizualne” odnosi się do ruchomych obrazów z dźwiękiem lub bez niego, a więc obejmuje filmy nieme, lecz nie obejmuje transmisji dźwiękowej lub **usług radiowych lub samodzielnych usług tekstowych. W przypadku nadawania programów telewizyjnych pojęcie równoczesnego odbioru obejmuje także odbiór prawie równoczesny, ponieważ z powodów technicznych właściwych dla procesu transmisji zdarzają się różnice w odstępach czasu pomiędzy emisją a odbiorem.**”

Poprawka 27 (motyw 17b):

„17b. Wszystkie kryteria ustanowione w definicji medialnych usług audiowizualnych, zawarte w art. 1 lit. a) dyrektywy 89/552/EWG i poszerzone w motywach 13-17 niniejszej dyrektywy, muszą zostać spełnione równocześnie.”

Poprawka 28 (motyw 18):

„18. Oprócz reklamy i telezakupów wprowadza się szerszą definicję handlowego przekazu audiowizualnego. Obejmuje ona ruchome obrazy z dźwiękiem lub bez niego, które **są emitowane jako część medialnej usługi audiowizualnej oraz stanowią część** programów lub im towarzyszą i są przeznaczone do bezpośredniego lub pośredniego promowania towarów, usług lub wizerunku osoby fizycznej lub prawnej prowadzącej działalność gospodarczą, i w związku z tym nie obejmuje ona ogłoszeń dotyczących usług publicznych oraz akcji charytatywnych nadawanych bezpłatnie.”

Poprawka 33 (motyw 23):

„23. Państwa członkowskie muszą mieć możliwość stosowania surowszych przepisów w dziedzinach koordynowanych przez niniejszą dyrektywę w stosunku do dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji, **przy jednoczesnym zapewnieniu zgodności tych przepisów z prawem wspólnotowym.** W celu zapobiegania nadużyciom lub oszustwom, odpowiednim rozwiązaniem jest kodyfikacja orzecznictwa Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości w połączeniu z bardziej skuteczną procedurą; rozwiązanie to uwzględnia interesy państw członkowskich bez kwestionowania odpowiedniego stosowania zasady kraju pochodzenia.”

Poprawka 34 (motyw 23a):

„23a. W celu każdorazowego udowodnienia przez państwo członkowskie, że transmisja realizowana przez dostawcę usług medialnych posiadającego siedzibę w innym państwie członkowskim jest całkowicie lub w większości skierowana na jego terytorium, państwo członkowskie może przytoczyć wskaźniki, takie jak źródło dochodów z reklam i/lub abonamentu, główny język usługi lub istnienie programów lub przekazów handlowych przeznaczonych specjalnie dla publiczności w państwie członkowskim, w którym są one odbierane. Dodatkowo w kontekście procedury w sprawie obejścia środków dane państwo

członkowskie musi udowodnić nadużycie lub oszustwo dostawcy usług medialnych posiadającego siedzibę w innym państwie członkowskim.”

Poprawka 35 (motyw 24):

„24. Na podstawie niniejszej dyrektywy, niezależnie od stosowania zasady kraju pochodzenia, państwa członkowskie mogą nadal podejmować środki, które ograniczają swobodę przepływu nadawania programów telewizyjnych **lub nielinearnych medialnych usług audiowizualnych**, lecz tylko przy spełnieniu określonych warunków wymienionych w art. 2a niniejszej dyrektywy oraz zgodnie z procedurami ustanowionymi w niniejszej dyrektywie. Jednakże Europejski Trybunał Sprawiedliwości wielokrotnie stwierdzał, że każde ograniczenie swobody świadczenia usług, takie jak każde odstępstwo od podstawowej zasady Traktatu, musi być interpretowane restrykcyjnie. ***W odniesieniu do nielinearnych usług audiowizualnych, zamiast środków będących dotychczas w dyspozycji zainteresowanych państw członkowskich zgodnie z art. 3 ust. 4 oraz/lub art. 12 ust. 3 dyrektywy 2000/31/WE w ramach dziedziny koordynowanej przez art. 3d i 3e dyrektywy 89/552/EWG, będą one mogły podjąć środki przewidziane w art. 2a dyrektywy 89/552/EWG.***”

Poprawka 36 (motyw 25):

„25. W komunikacie do Rady i Parlamentu Europejskiego o poprawie otoczenia regulacyjnego w dziedzinie wzrostu gospodarczego i zatrudnienia w Unii Europejskiej Komisja podkreśliła rolę starannej analizy właściwego podejścia regulacyjnego, w szczególności w celu określenia, czy prawodawstwo jest odpowiednie dla właściwego sektora i problemu, czy też powinno zostać rozważone alternatywne podejście w formie np. współregulacji lub samoregulacji. Doświadczenie pokazuje **ponadto, że zarówno** instrumenty współregulacji, jak i samoregulacji, stosowane zgodnie z różnymi tradycjami prawnymi państw członkowskich, mogą odegrać istotną rolę w zapewnieniu wysokiego poziomu ochrony konsumentów. ***Środki służące osiągnięciu celów interesu publicznego w powstającym sektorze medialnych usług audiowizualnych będą skuteczniejsze, jeżeli zostaną podjęte przy czynnym wsparciu samych dostawców tych usług. Samoregulacja jest zatem rodzajem dobrowolnej inicjatywy, która umożliwia podmiotom gospodarczym, partnerom społecznym, organizacjom pozarządowym lub stowarzyszeniom przyjęcie między sobą i dla siebie wspólnych wytycznych. Państwa członkowskie powinny, stosownie do swoich zróżnicowanych tradycji prawnych, uznać skuteczność samoregulacji jako elementu uzupełniającego prawodawstwo oraz istniejące mechanizmy sądowe i/lub administracyjne, a także jej przydatny wkład w osiągnięcie celów niniejszej dyrektywy. Jednakże, o ile samoregulacja może stanowić uzupełniającą metodę wdrażania pewnych przepisów niniejszej dyrektywy, nie może ona zastąpić obowiązków ustawodawcy krajowego. Współregulacja, w swej minimalnej postaci, zapewnia niezbędne powiązanie prawne pomiędzy samoregulacją i krajowym ustawodawcą, zgodnie z tradycjami prawnymi państw członkowskich.***”

Poprawka 39 (Motyw 26a):

„26a. Umiejętność korzystania z mediów dotyczy umiejętności, wiedzy i zrozumienia umożliwiających konsumentom efektywne i bezpieczne korzystanie z mediów. Osoby potrafiące korzystać z mediów będą zdolne do dokonywania świadomych wyborów, zrozumienia charakteru treści i usług oraz będą w stanie skorzystać z pełnego zakresu możliwości oferowanych przez nowe technologie komunikacyjne. Będą oni w stanie lepiej chronić siebie i swoje rodziny przed szkodliwymi lub obraźliwymi treściami. Dlatego należy

wspierać i monitorować rozwijanie umiejętności korzystania z mediów we wszystkich segmentach społeczeństwa.”

Poprawka 218 (motyw 27):

„27. Zatem, by zabezpieczyć podstawową swobodę odbioru informacji oraz zapewnić, że interesy widzów w Unii Europejskiej są w pełni i należycie chronione, właściciele wyłącznych praw w odniesieniu do wydarzenia o dużym znaczeniu społecznym muszą udzielić pozostałym nadawcom i pośrednikom, jeżeli działają oni w imieniu nadawców, prawa do wykorzystywania krótkich relacji dla celów ogólnych programów informacyjnych, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących warunkach, z należyтым uwzględnieniem wyłącznych praw. Warunki takie powinny zostać przedstawione z odpowiednim wyprzedzeniem przed wydarzeniem o dużym znaczeniu społecznym, tak aby inne podmioty miały wystarczająco dużo czasu, by skorzystać z takiego prawa. Nadawcy mogą dowolnie wybierać krótkie relacje z sygnału transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło, chyba że podanie go jest niemożliwe ze względów praktycznych. Takie krótkie relacje nie powinny przekraczać 90 sekund oraz być transmitowane przed zakończeniem wydarzenia lub, w przypadku wydarzeń sportowych, przed zakończeniem pojedynczego dnia rozgrywek – w zależności od tego, co nastąpi wcześniej.

Przepisy te stosuje się bez uszczerbku dla obowiązku indywidualnych nadawców przestrzegania odpowiedniego prawodawstwa wspólnotowego i konwencji międzynarodowych dotyczących praw autorskich.

Zazwyczaj państwa członkowskie ułatwiają dostęp do wydarzeń poprzez udzielenie dostępu do sygnału nadawcy. Mogą one jednak zdecydować o zastosowaniu innych, równoważnych sposobów. Sposoby te obejmują m.in. umożliwienie dostępu do miejsca tych wydarzeń.

Prawo do transgranicznego dostępu do informacji powinno mieć zastosowanie tylko tam, gdzie jest to konieczne; zatem w sytuacji, gdy inny nadawca w tym samym państwie członkowskim nabył wyłączne prawa do danego wydarzenia, o dostęp do informacji należy zwracać się do niego.”

Poprawka 46 (motyw 32):

*„32. Należy zachować należytą równowagę między środkami podejmowanymi w celu ochrony małoletnich i godności ludzkiej a podstawowym prawem do wolności słowa określonym w Karcie Praw Podstawowych Unii Europejskiej. Celem tych środków, takich jak PIN (osobisty numer identyfikacyjny) lub etykietowanie powinno być **jednakże** zapewnienie należytego poziomu ochrony małoletnich i **godności ludzkiej**, zwłaszcza w odniesieniu do usług nielinearnych, **poprzez obowiązek wyraźnego informowania przed emisją o szczególnym charakterze niektórych programów**, zgodnie z art. 1 i 24 Karty Praw Podstawowych Unii Europejskiej.”*

Poprawka 104[art. 3d ustęp 1d)] jako nowy motyw 32a:

„32a. Dostawców medialnych usług audiowizualnych podlegających jurysdykcji jednego z państw członkowskich obejmują w każdym przypadku przepisy prawa karnego zabraniające rozpowszechniania pornografii dziecięcej.”

Poprawka 214 (motyw 35):

„35. Nielinearne medialne usługi audiowizualne mają potencjał częściowego zastąpienia usług linearnych. Z związku z tym powinny one tam, gdzie jest to możliwe, wspierać produkcję i rozpowszechnianie europejskich utworów, a przez to aktywnie przyczyniać się do wspierania różnorodności kulturowej. Takie wsparcie dla utworów europejskich mogłoby polegać na przykład na minimalnym udziale utworów europejskich proporcjonalnie do wyniku gospodarczego lub minimalnym udziale utworów europejskich w katalogach wideo na żądanie lub też na atrakcyjnej prezentacji utworów europejskich w elektronicznych przewodnikach po programach. Istotne będzie regularne badanie stosowania przepisów dotyczących wspierania utworów europejskich przy pomocy medialnych usług audiowizualnych. W ramach sprawozdań, o których mowa w art. 3f ust. 3, państwa członkowskie uwzględniają również w szczególności wkład finansowy tego typu usług w produkcję utworów europejskich oraz nabywanie praw do tych utworów, udział utworów europejskich w katalogach medialnych usług audiowizualnych, jak również rzeczywiste wykorzystanie przez użytkowników utworów europejskich oferowanych w ramach tych usług.”

Poprawka 57 (motyw 41):

„41. Oprócz praktyk, które są objęte niniejszą dyrektywą, dyrektywa 2005/29/WE ma zastosowanie w odniesieniu do nieuczciwych praktyk handlowych, takich jak praktyki wprowadzające w błąd i praktyki agresywne występujące w medialnych usługach audiowizualnych. Ponadto, ponieważ dyrektywa 2003/33/WE, która zakazuje reklamy i sponsorowania papierosów i innych produktów tytoniowych w mediach drukowanych, usługach społeczeństwa informacyjnego i audycjach radiowych, obowiązuje bez uszczerbku dla dyrektywy Rady 89/552/EWG z dnia 3 października 1989 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej, biorąc pod uwagę specyficzny charakter medialnych usług audiowizualnych, związek między dyrektywą 2003/33/WE i dyrektywą 89/552/EWG powinien pozostać bez zmian po wejściu w życie niniejszej dyrektywy. Artykuł 88 ust. 1 dyrektywy 2001/83/WE, który zakazuje adresowanej do ogółu społeczeństwa reklamy niektórych produktów medycznych, ma zastosowanie, zgodnie z ust. 5 tego artykułu, bez uszczerbku dla art. 14 dyrektywy 89/552/EWG; związek między dyrektywą 2001/83/WE i dyrektywą 89/552/EWG powinien pozostać bez zmian po wejściu w życie niniejszej dyrektywy. Co więcej, niniejsza dyrektywa nie stanowi uszczerbku dla rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady nr .../... w sprawie oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych dotyczących żywności.”

Poprawka 58 (motyw 42):

„42. Mając na uwadze szersze wykorzystanie nowych technologii, takich jak osobiste urządzenia nagrywające wideo oraz większy wybór kanałów, szczegółowa regulacja zamieszczania spotów reklamowych w celu ochrony widzów nie jest już uzasadniona. Niniejsza dyrektywa przyznaje nadawcom większą elastyczność pod względem ich zamieszczania, o ile nie zakłóca to nadmiernie integralności programów.”

Poprawka 219 (motyw 46):

„46. Lokowanie produktu jest faktem w utworach kinematograficznych i utworach audiowizualnych wyprodukowanych dla telewizji, lecz państwa członkowskie regulują tę

praktykę w różny sposób. W celu zapewnienia jednakowych warunków konkurencji, a przez to zwiększenia konkurencyjności europejskiego sektora mediów, konieczne jest przyjęcie przepisów dotyczących lokowania produktu. Przydatne jest dysponowanie pozytywnym wykazem dopuszczającym lokowanie produktu w takich utworach, które nie mają nadrzędnej funkcji opiniotwórczej, jak również w takich przypadkach, w których za lokowanie produktu nie uzyskano żadnego wynagrodzenia lub uzyskano jedynie nieznaczne wynagrodzenie. Definicja lokowania produktu obejmuje wszelkiego rodzaju handlowy przekaz audiowizualny polegający na tym, że za opłatę lub podobne wynagrodzenie w programie przedstawia się produkt, usługę lub ich znak towarowy albo nawiązuje się do nich tak, iż stanowią element samego programu. Podlega ono takim samym jakościowym przepisom i ograniczeniom, jakie stosuje się w odniesieniu do reklamy. Lokowanie produktu powinno ponadto spełniać szczególne wymogi. Nie może zostać naruszona odpowiedzialność redakcyjna i niezależność dostawcy usług medialnych. W szczególności sposób przedstawienia produktu w programie nie może stwarzać wrażenia, że program lub osoby w nim występujące udzielają poparcia danemu produktowi. Ponadto produkt nie powinien być „nadmiernie wyeksponowany”. Oznacza to eksponowanie, która nie jest uzasadniona przez wymogi redakcyjne programu lub konieczność nadania cech prawdopodobieństwa. Decydującym kryterium, które pozwala na rozróżnienie sponsorowania i lokowania produktu, jest fakt, że w przypadku lokowania produktu odwołanie do danego produktu zostaje wbudowane w akcję programu. W przeciwieństwie do tego, odniesienia dotyczące sponsora mogą być pokazywane podczas programu, ale nie stanowią jego części.”

Poprawka 63 (motyw 47):

„47. Organy regulacyjne powinny być niezależne od rządów krajowych, jak również od dostawców medialnych usług audiowizualnych, tak aby mogły wykonywać swoją pracę w sposób bezstronny i przejrzysty oraz przyczyniać się do pluralizmu mediów. Konieczna jest ścisła współpraca pomiędzy właściwymi organami krajowymi i Komisją w celu zapewnienia prawidłowego stosowania niniejszej dyrektywy. **Podobnie szczególne znaczenie ma ścisła współpraca między państwami członkowskimi i między organami regulacyjnymi państw członkowskich w odniesieniu do wpływu, jaki nadawcy mający siedzibę w jednym państwie członkowskim mogą mieć w innym państwie członkowskim. Jeżeli w prawie krajowym przewidziano procedury licencyjne oraz jeżeli sprawa dotyczy więcej niż jednego państwa członkowskiego, nawiązanie kontaktu między odpowiednimi organami powinno nastąpić przed przyznaniem takich licencji. Powyższa współpraca powinna obejmować wszystkie obszary, które reguluje dyrektywa 89/552/EWG, zwłaszcza jej art. 2, 2a i 3.**”

Poprawka 64 (motyw 47a):

„47a. Różnorodność kulturowa, wolność słowa i pluralizm mediów należą do istotnych aspektów europejskiego sektora audiowizualnego, stanowiąc tym samym warunki dla zapewnienia demokracji i różnorodności.”

Poprawka 65 (Motyw 47b):

„47b. Prawo osób niepełnosprawnych i starszych do udziału i integracji w życiu społecznym i kulturalnym wspólnoty jest nierozdzielnie związane ze świadczeniem dostępnych medialnych usług audiowizualnych. Dostępność medialnych usług audiowizualnych obejmuje między innymi język migowy, napisy, dźwiękowy opis obrazu i łatwo zrozumiałe menu nawigacyjne.”

Część normatywna:

W odniesieniu do **definicji w art. 1** Komisja może przyjąć następujące poprawki:

Poprawkę 66 z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób: „a) „medialna usługa audiowizualna” oznacza usługę w rozumieniu art. 49 i 50 Traktatu, świadczoną przy odpowiedzialności redakcyjnej dostawcy usług medialnych, której zasadniczym celem jest dostarczanie ogółowi ludności programów w celach informacyjnych, rozrywkowych lub edukacyjnych poprzez sieci łączności elektronicznej w rozumieniu art. 2 lit. a) dyrektywy 2002/21/WE Parlamentu Europejskiego i Rady.

Takie medialne usługi audiowizualne oznaczają zarówno nadawanie telewizyjne określone w lit. c) niniejszego artykułu, jak i usługi na żądanie określone w lit. e) niniejszego artykułu i/lub handlowy przekaz audiowizualny;”. Usunięte zostaje ostatnie zdanie poprawki, ponieważ kryterium „zasadniczego celu” wyklucza już elektroniczne wersje gazet i czasopism z zakresu stosowania niniejszej dyrektywy, co zostało jasno stwierdzone w motywie 15.

Poprawkę 68 z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób: „c) „nadawanie programów telewizyjnych” lub „nadawanie telewizyjne” (tj. linearna medialna usługa audiowizualna) oznacza medialną usługę audiowizualną świadczoną przez dostawcę usług medialnych umożliwiającą równoczesny odbiór programów na podstawie układu programów;”

Poprawkę 205 z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób: „e) „usługa na żądanie” (tj. nielinearna medialna usługa audiowizualna) oznacza medialną usługę audiowizualną świadczoną przez dostawcę usług medialnych umożliwiającą użytkownikowi odbiór programów w wybranym przez niego momencie i na jego indywidualne żądanie na podstawie katalogu programów przygotowanego przez dostawcę usług medialnych;”

Poprawkę 70 z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób: „f) „handlowy przekaz audiowizualny” oznacza ruchome obrazy z dźwiękiem lub bez, które służą bezpośredniemu lub pośredniemu promowaniu towarów, usług lub wizerunku osoby fizycznej lub prawnej prowadzącej działalność gospodarczą. Obrazy te towarzyszą programowi lub zostają w nim umieszczone za opłatę lub podobne wynagrodzenie albo w celach autopromocji. Handlowy przekaz audiowizualny obejmuje takie formy jak: reklama telewizyjna, sponsorowanie, telezakupy i lokowanie produktu.”

Poprawkę 71 z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób: „h) „kryptoreklama” oznacza prezentowanie w programach – za pomocą słów lub obrazów – towarów, usług, nazwy, znaku towarowego lub działalności producenta towarów lub usługodawcy, jeżeli prezentacja ta w zamierzeniu dostawcy usług medialnych ma służyć reklamie i jeżeli może wprowadzać odbiorców w błąd co do swego charakteru. Takie przedstawianie jest uznane za zamierzone w szczególności wówczas, gdy jest wykonywane za zapłatą lub wynagrodzeniem;”

Poprawkę 73 z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób: „i) „sponsorowanie” oznacza wszelkiego rodzaju wkład wniesiony przez publiczne lub prywatne przedsiębiorstwo albo osobę fizyczną, które nie zajmują się świadczeniem medialnych usług audiowizualnych lub produkcją utworów audiowizualnych, w finansowanie medialnych usług audiowizualnych lub programów w celu promowania swojej nazwy, swojego znaku towarowego, swojego wizerunku, swojej działalności lub swoich produktów;”

Poprawkę 77 z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób: „aa) „program” oznacza zestaw ruchomych obrazów z dźwiękiem lub bez niego, stanowiący odrębną całość w układzie lub katalogu programów przygotowanym przez dostawcę usług medialnych, którego forma i treść są porównywalne do formy i treści nadawania programów telewizyjnych;”

W **poprawce 137** zaproponowano wprowadzenie w art. 6 dyrektywy definicji, o której wspomniano już w motywie 36 dyrektywy 97/36. Komisja może co do zasady przyjąć tę definicję z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób: „2. Przy definiowaniu pojęcia „niezależny producent” państwa członkowskie należycie uwzględniają własność i prawa własności przedsiębiorstwa produkcyjnego oraz liczbę programów dostarczanych temu samemu nadawcy.”

Zmiany definicji dokonano w celu większej zgodności poprawki z ogólnym podejściem Rady.

W odniesieniu do **procedury zgodnie z art. 2a** dyrektywy Komisja może przyjąć co do zasady **poprawkę 82** z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób:

„2. Państwa członkowskie mogą przejściowo odstąpić od stosowania ust. 1, jeżeli spełnione są następujące warunki:

a) medialna usługa audiowizualna pochodząca z innego państwa członkowskiego wyraźnie oraz w stopniu poważnym i ciężkim narusza art. 22 ust. 1 lub 2, art. 3d lub art. 3e;

b) w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy dostawca usług medialnych co najmniej dwukrotnie naruszył przepis lub przepisy, o których mowa w lit. a);

c) dane państwo członkowskie powiadomiło pisemnie dostawcę usług medialnych, państwo członkowskie, w którym ma on siedzibę, oraz Komisję o domniemanych naruszeniach oraz środkach, które zamierza podjąć w razie kolejnego naruszenia;

d) konsultacje z państwem członkowskim prowadzenia działalności oraz z Komisją nie doprowadziły do polubownego rozwiązania w terminie piętnastu dni od powiadomienia, o którym mowa w lit. c), i ponownie dochodzi do domniemanych naruszeń.

W terminie dwóch miesięcy od otrzymania powiadomienia o działaniach podjętych przez państwo członkowskie Komisja podejmuje decyzję, w której stwierdza, czy działania te są zgodne z prawem wspólnotowym. Jeżeli stwierdzi, że nie są z nim zgodne, państwo członkowskie zostaje zobowiązane do natychmiastowego odstąpienia od tych działań.”

W odniesieniu do **procedury zgodnie z art. 3 ust. 1** Komisja może częściowo przyjąć **poprawkę 220** z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób:

„1. Państwa członkowskie mogą zobowiązać dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji do przestrzegania bardziej szczegółowych lub surowszych przepisów w dziedzinach objętych niniejszą dyrektywą, o ile przepisy te są zgodne z prawem wspólnotowym.”

W odniesieniu do **krótkich relacji informacyjnych [art. 3b]** Komisja może przyjąć co do zasady następujące poprawki:

Poprawkę 223 z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób:

„1. Państwa członkowskie zapewniają, by, do celów krótkich relacji informacyjnych, wszyscy nadawcy posiadający siedzibę we Wspólnocie mieli dostęp, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminacyjnych zasadach, do wydarzeń, które budzą duże zainteresowanie odbiorców i są transmitowane na zasadzie wyłączności przez nadawcę podlegającego jurysdykcji tych państw.”

Poprawkę 97 z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób: „3. Bez uszczerbku dla innych ustępów niniejszego artykułu, państwa członkowskie zapewniają, by, zgodnie z ich systemem prawnym i praktyką, we właściwy sposób określone zostały sposoby i warunki korzystania z tych krótkich relacji, w szczególności kwestie wynagrodzenia.”

Poprawkę 98 z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób:

„4. Alternatywnie do postanowień ust. 2 państwo członkowskie może ustanowić równoważny system, który za pomocą innych środków doprowadzi do dostępu na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminacyjnych zasadach.”

W odniesieniu do **podstawowych przepisów** Komisja może zaakceptować:

W celu większej zgodności poprawki z ogólnym podejściem Rady (art. 3b), Komisja może przyjąć co do zasady **poprawkę 107** z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób:

„Artykuł 3e

Państwa członkowskie przy zastosowaniu odpowiednich środków zapewniają, by medialne usługi audiowizualne świadczone przez dostawców podlegających ich jurysdykcji nie zawierały jakiegokolwiek podżegania do nienawiści ze względu na rasę, płeć, wyznanie lub narodowość.”

W odniesieniu do promocji **utworów europejskich** Komisja może przyjąć co do zasady:

Poprawkę 108 z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób:

„Artykuł 3f

1. Państwa członkowskie zapewniają, by usługi na żądanie świadczone przez dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji, gdy jest to możliwe i za pomocą odpowiednich środków promowały produkcję utworów europejskich i dostęp do nich. Promocja taka może być związana między innymi z wkładem finansowym tego typu usług w produkcję utworów europejskich i zakup praw do nich lub z udostępnianiem i/lub eksponowaniem utworów europejskich w katalogu programów oferowanych w ramach usługi.”

Poprawkę 109 z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób:

„4. Komisja, na podstawie informacji przekazanych przez państwa członkowskie i na podstawie niezależnej analizy przedkłada Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie dotyczące stosowania ust. 1, uwzględniając rozwój rynkowy i technologiczny oraz cel różnorodności kulturowej.”

W odniesieniu do **przekazu handlowego** Komisja może zaakceptować:

Poprawki 114 i 225 dotyczące art. 3g z zastrzeżeniem zmiany ich brzmienia w następujący sposób:

„1. Państwa członkowskie zapewniają, by handlowe przekazy audiowizualne rozpowszechniane przez dostawców podlegających ich jurysdykcji spełniały następujące wymagania:

- a) handlowe przekazy audiowizualne muszą być łatwe do zidentyfikowania jako takie oraz możliwe do odróżnienia od treści redakcyjnej. Zakazuje się ukrytych handlowych przekazów audiowizualnych.
- b) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą wykorzystywać technik podprogowych;
- c) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą:
 - (i) podważać szacunku dla godności ludzkiej
 - (ii) zawierać żadnych treści dyskryminujących ze względu na rasę, płeć lub narodowość;
 - (iii) obrażać przekonań religijnych ani politycznych;
 - (iv) zachęcać do zachowania szkodliwego dla zdrowia lub bezpieczeństwa;
 - (v) zachęcać do zachowania rażąco szkodliwego dla ochrony środowiska;
- d) wszelkie formy handlowych przekazów audiowizualnych dotyczące papierosów i innych produktów tytoniowych są zakazane;
- e) handlowe przekazy audiowizualne dotyczące napojów alkoholowych nie mogą być kierowane do osób małoletnich i nie mogą zachęcać do nieumiarkowanej konsumpcji takich napojów;
- f) handlowe przekazy audiowizualne dotyczące produktów i zabiegów leczniczych, dostępnych wyłącznie na receptę w państwie członkowskim, którego jurysdykcji podlega dostawca usług audiowizualnych, są zakazane.

g) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą wyrządzać moralnej ani fizycznej szkody osobom małoletnim. W związku z tym nie mogą one bezpośrednio nakłaniać małoletnich do kupna lub najmu produktu lub usługi, wykorzystując ich brak doświadczenia lub łatwowierność; nie mogą bezpośrednio zachęcać małoletnich, by przekonali rodziców lub osoby trzecie do kupna reklamowanych produktów lub usług; nie mogą wykorzystywać szczególnego zaufania, którym małoletni darzą rodziców, nauczycieli lub inne osoby, ani nie mogą bez uzasadnienia pokazywać małoletnich w niebezpiecznych sytuacjach.

2. Państwa członkowskie i Komisja powinny zachęcać dostawców usług audiowizualnych do sporządzenia kodeksu postępowania dotyczącego programów dla dzieci zawierających reklamy, sponsoring lub promowanie niezdrowej żywności i napojów, np. o wysokiej zawartości tłuszczu, cukru i soli oraz napojów alkoholowych, lub przerywanych przez takie reklamy, sponsoring lub promowanie.”

W odniesieniu do **lokowania produktu (art. 3i)** Komisja może przyjąć:

Poprawkę 227 z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób:

„1. Lokowanie produktu jest zabronione.

2. W drodze odstępstwa od przepisów ust. 1, o ile państwa członkowskie nie zdecydowały inaczej, lokowanie produktu jest dopuszczalne:

- w utworach kinematograficznych, filmach i serialach tworzonych dla medialnych usług audiowizualnych, lekkich programach rozrywkowych i programach sportowych; lub
- w przypadkach, kiedy nie dokonuje się zapłaty pieniężnej, a niektóre towary lub usługi są jedynie bezpłatnie oferowane.

Odstępstwo przewidziane w tiret pierwszym nie ma zastosowania w odniesieniu do programów dla dzieci.

3. Programy zawierające lokowanie produktu spełniają przynajmniej wszystkie z następujących wymagań:

- a) **ich treść oraz, w przypadku nadawania programów telewizyjnych, ich układ**, w żadnych okolicznościach nie są przedmiotem działań, które miałyby wpływ na odpowiedzialność i redakcyjną niezależność dostawcy usług medialnych;
- b) nie zachęcają bezpośrednio do zakupu lub najmu towarów bądź usług, w szczególności poprzez dokonywanie specjalnych, promujących odniesień do tych towarów bądź usług;
- c) **nie eksponują nadmiernie danego produktu;**
- d) widzowie są poinformowani o zastosowaniu lokowania produktu. Programy obejmujące lokowanie produktu są w odpowiedni sposób oznaczone na początku i na końcu programu oraz po przerwach na reklamę, tak aby uniknąć wprowadzenia widzów w błąd.

W przypadkach, kiedy w zamian za lokowanie produktu nie dokonano płatności lub podobnego wynagrodzenia na rzecz dostawcy usług medialnych, państwa członkowskie mogą zdecydować się na zwolnienie z wymagań ustanowionych w lit. d) powyżej.

4. W żadnym przypadku programy nie mogą zawierać lokowania następujących produktów:

- wyrobów tytoniowych lub papierosów lub lokowania produktów przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest wytwarzanie lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych; lub
- konkretnych produktów leczniczych lub zabiegów leczniczych dostępnych wyłącznie na receptę w państwie członkowskim, którego jurysdykcji podlega dostawca usług medialnych.

5. Postanowienia niniejszego artykułu mają zastosowanie wyłącznie do programów wyprodukowanych po [data: termin dokonania transpozycji dyrektywy].”

W odniesieniu do **kwestii związanych z dostępnością** Komisja może przyjąć **poprawkę 135** z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób:

„Artykuł 3j

1. Państwa członkowskie podejmują odpowiednie środki w celu zapewnienia, by tam gdzie jest to możliwe, medialne usługi audiowizualne podlegające ich jurysdykcji były stopniowo dostępne dla osób niedowidzących lub niedosłyszących.
2. W sprawozdaniu przewidzianym w art. 26 Komisja przedstawia również postęp poczyniony w realizacji celów ustanowionych w ust. 1.”

W odniesieniu do spotów reklamowych (art. 11) Komisja może częściowo przyjąć **poprawki 228 i 208** z zastrzeżeniem zmiany ich brzmienia w następujący sposób:

„Artykuł 11

1. Państwa członkowskie zapewniają, by tam, gdzie reklama lub telezakupy są nadawane podczas programów, nie została naruszona integralność programów – przy uwzględnieniu naturalnych przerw w programie, czasu trwania programu i jego charakteru – ani nie zostały naruszone uprawnienia właścicieli praw do programu.
2. Emisja filmów wyprodukowanych dla telewizji (z wyłączeniem serii, seriali i programów dokumentalnych), utworów kinematograficznych i programów informacyjnych może być przerywana przez reklamę i/lub telezakupy raz na każdy zgodny z układem programu okres 30 minut. Emisja programów dla dzieci może być przerywana przez reklamę i/lub telezakupy raz na każdy zgodny z układem programu okres 30 minut, pod warunkiem że zgodnie z układem programu czas jego trwania jest dłuższy niż 30 minut. Nie można przerywać przez reklamę lub telezakupy transmisji uroczystości religijnych.”;

W odniesieniu do **telezakupów** Komisja może przyjąć **poprawkę 229** z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób:

„Artykuł 18a

Okienka telezakupów są wyraźnie określone jako takie za pomocą środków wizualnych i dźwiękowych i ich czas nieprzerwanego trwania wynosi 15 minut.”

W odniesieniu do **organów regulacyjnych** Komisja może przyjąć **poprawki 147 i 149** z zastrzeżeniem zmiany ich brzmienia w następujący sposób:

„Artykuł 23b

1. Państwa członkowskie podejmują odpowiednie działania, aby ustanowić krajowe organy regulacyjne i instytucje zgodnie ze swoim prawem krajowym, w celu zagwarantowania ich niezależności oraz zapewnienia bezstronności i przejrzystości w wykonywaniu ich uprawnień.
2. Krajowe organy regulacyjne przekazują sobie nawzajem i Komisji informacje niezbędne do stosowania przepisów niniejszej dyrektywy. Krajowe organy regulacyjne blisko współpracują nad rozwiązywaniem problemów wynikających ze stosowania niniejszej dyrektywy.”

W odniesieniu do **ogólnych przepisów dotyczących transpozycji** Komisja może przyjąć:

Poprawkę 150 z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób:

„Artykuł 26

Najpóźniej do [...] r., a następnie co trzy lata Komisja przedkłada Parlamentowi Europejskiemu, Radzie oraz Komitetowi Ekonomiczno-Społecznemu sprawozdanie w sprawie stosowania niniejszej zmienionej dyrektywy. Sprawozdanie to przedstawia ogólny poziom zgodności z dyrektywą oraz zakres, w jakim zostały osiągnięte cele niniejszej dyrektywy, w szczególności w odniesieniu do:

- Produkcji europejskiej i niezależnej (art. 5, 6 i 3f)
- Dostępności dla osób niepełnosprawnych (art. 3hc).

W razie potrzeby Komisja powinna przedłożyć kolejne wnioski w celu dostosowania dyrektywy do rozwoju w dziedzinie medialnych usług audiowizualnych, w szczególności w świetle ostatnich osiągnięć technicznych, konkurencyjności sektora oraz poziomu umiejętności korzystania z mediów w państwach członkowskich.”

Poprawkę 151 (art. 3 dyrektywy zmieniającej) z zastrzeżeniem zmiany jej brzmienia w następujący sposób:

„1. Państwa członkowskie wprowadzają w życie przepisy ustawowe, wykonawcze i administracyjne niezbędne do wykonania niniejszej dyrektywy w terminie najpóźniej do [dwa lata od daty wejścia w życie niniejszej dyrektywy]. Niezwłocznie przekazują one Komisji tekst tych przepisów oraz tabelę korelacji pomiędzy tymi przepisami a niniejszą dyrektywą. Przepisy przyjęte przez państwa członkowskie zawierają odniesienie do niniejszej dyrektywy lub odniesienie to towarzyszy ich urzędowej publikacji. Sposób, w jaki dokonuje się takiego odniesienia, określają państwa członkowskie.”

3.3. Wniosek

Zgodnie z art. 250 ust. 2 Traktatu WE, Komisja wprowadza przedstawione powyżej zmiany do swojego wniosku.