



EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION

Bryssel den 13.12.2005  
KOM(2005) 646 slutlig

2005/0260 (COD)

Förslag till

**EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV  
OM ÄNDRING AV RÅDETS DIREKTIV 89/552/EEG**

**om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och  
andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television**

(framlagt av kommissionen)

{SEK(2005) 1625}

{SEK(2005) 1626}

## MOTIVERING

### 1) BAKGRUND

- **Motiv och syfte**

Marknaden för europeiska TV-tjänster har ändrats dramatiskt i takt med att tekniken och marknaderna konvergerat. ”Traditionella” TV-sändningar regleras fortfarande genom lagstiftning från 1980- och 90-talet. Den har bidragit till en fantastisk utveckling av den audiovisuella marknaden inom Europeiska unionen, men är inte anpassad till konsumenternas allt större valfrihet när det gäller audiovisuella tjänster i den digitala tidsåldern. Programföretagen måste allt oftare konkurrera med andra linjära tjänster via andra plattformar eller med icke-linjära tjänster (beställtjänster) som erbjuder samma eller liknande audiovisuella medieinnehåll men omfattas av andra regler. Detta leder till att olika sätt att tillhandahålla innehåll omfattas av olika spelregler. I enlighet med principerna om ”bättre lagstiftning” krävs därför ett nytt tillvägagångssätt.

- **Allmän bakgrund**

Mot bakgrund av den tekniska utvecklingen och marknadsutvecklingen, och för att ytterligare förbättra den europeiska industrins konkurrenskraft inom informations- och kommunikationsteknik och media, har kommissionen beslutat att inleda en översyn av det gällande regelverket för TV-sändningar. Moderniseringen av den rättsliga ramen för audiovisuella medietjänster på den inre marknaden är ett självklart led i kommissionens åtagande om bättre lagstiftning. Samtidigt bidrar den till Lissabonstrategin och är en viktig del av den nya i2010-strategin som kommissionen antog i juni. Den överensstämmer också med det meddelande om att påskynda övergången från analoga till digitala TV-sändningar som kommissionen antog i maj.

Med det arbetsprogram som bifogades den fjärde rapporten om tillämpningen av direktiv 89/552/EEG ”Television utan gränser”<sup>1</sup>, inledde kommissionen 2003 en första omgång samråd för översynen av rådets direktiv 89/552/EEG ändrat genom direktiv 97/36/EG (direktivet om television utan gränser), som omfattade offentliga utfrågningar och ett skriftligt samråd. Kommissionen lade fram sina slutsatser från detta första samråd i meddelandet ”Framtiden för Europeisk lagstiftning på det audiovisuella området”<sup>2</sup>. Efter detta meddelande inrättades fokusgrupper för en mer ingående expertdiskussion om vissa frågor.

Fokusgruppernas resultat presenterades för medlemsstaterna vid ett seminarium i Luxemburg den 30 och 31 maj 2005 och sammanfattades i ett antal dokument om de olika sakfrågorna som offentliggjordes av kommissionen i juli 2005. Kommissionen tog emot bidrag från mer än 200 aktörer i denna andra samrådsomgång. De kom från alla sektorer, t.ex. från det civila samhället och branschföreträdare.

De sammanfattande dokumenten och bidragen låg sedan till grund för en stor audiovisuell konferens som anordnades i samarbete med det brittiska ordförandeskapet

---

<sup>1</sup> KOM(2002) 778.

<sup>2</sup> KOM(2003) 784.

i Liverpool i september 2005. Med den konferensen avslutades diskussionen och punkt sattes för samrådet.

Den viktigaste slutsatsen från den diskussionen var att man inte kunde behålla direktivet om television utan gränser i oförändrat skick, eftersom det allt mer skulle förvärra omotiverade skillnader i lagstiftning mellan olika former för distribution av identiskt eller liknande medieinnehåll. Därför behövdes åtgärder på EU-nivå för att öka säkerheten om rättsläget och garantera bästa möjliga förutsättningar för sektorns konkurrenskraft.

Syftet med det här förslaget är att se till att leverantörerna av audiovisuella beställtjänster i medlemsstaterna kan dra full nytta av den inre marknaden, genom principen om reglering enligt ursprungsland. Detta skulle öka den övergripande säkerheten om rättsläget för alla leverantörer av medietjänster inom EU.

Detta överensstämmer med principen om teknikneutralitet. De moderna reglerna inom det audiovisuella området bör inte göra åtskillnad mellan eller inom plattformar som levererar liknande innehåll, och de bör skapa lika spelregler för rättvis och ökad konkurrens mellan olika operatörer. Samtidigt bör de underlätta framväxten av nya tjänster.

Mot bakgrund av teknikens, marknadens och användarbeteendets utveckling (ökad valfrihet och ökat ansvar), och för att åtgärderna skall stå i proportion till de mål som rör allmänintresset, behövs flexiblare regler för linjära audiovisuella medietjänster, i synnerhet när det gäller reklam.

Sammanfattningsvis syftar kommissionens förslag till att modernisera och förenkla den rättsliga ramen för sändningstjänster eller linjära tjänster och att införa minimiregler för icke-linjära audiovisuella medietjänster.

- **Gällande bestämmelser**

Rådets direktiv 89/552/EEG, ändrat genom direktiv 97/36/EG, omfattar ”sändningsverksamhet för television”. Genom det här förslaget ändras direktiven om television utan gränser, för att upprätta en moderniserad och flexibel ram för TV-sändningar och andra linjära audiovisuella medietjänster (enligt programtablå) och för att införa en uppsättning minimiregler för icke-linjära audiovisuella medietjänster (beställtjänster).

- **Förenlighet med Europeiska unionens politik och mål på andra områden**

Det här förslaget kompletterar den gällande EU-lagstiftningen, i synnerhet direktiv 2000/31/EG om elektronisk handel, som också behandlar beställtjänster. Enligt det direktivet har medlemsstaterna rätt att göra undantag från principen om ursprungsland av vissa specifika skäl som rör den allmänna ordningen. Till följd av detta kan audiovisuella beställtjänster omfattas av olika regler i olika medlemsstater när det gäller tillhandahållande av innehåll (artikel 3.4 i direktiv 2000/31/EG). Direktiv 2000/31/EG behandlar inte frågor som rör allmän ordning, som t.ex. skydd för minderårig och respekten för den mänskliga värdigheten, medan det här förslaget omfattar en miniminivå av samordning inom dessa områden när det gäller audiovisuella medietjänster. Direktiv 2005/29/EG omfattar illojala affärsmetoder, som

vilseledande och aggressiva metoder, och bygger på en medieövergripande strategi, medan det här direktivet innehåller specifika bestämmelser för kommersiell marknadsinformation som är anpassade till audiovisuella medietjänster.

Direktiv 2003/33/EG förbjuder reklam för cigaretter och andra tobaksvaror i press och andra tryckta skrifter samt i radio och informationssamhällets tjänster. Det förbjuder också tobaksföretags sponsring av radioprogram och gränsöverskridande evenemang. I skäl 14 i direktiv 2003/33/EG klargörs dessutom att alla former av direkt och indirekt audiovisuell marknadskommunikation för cigaretter i TV-sändningar är förbjudna enligt direktivet om television utan gränser, och detta kommer att gälla för alla audiovisuella medietjänster om det här förslaget antas.

Det här förslaget beaktar helt de grundläggande rättigheterna och de principer som erkänns i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna, särskilt artikel 11. I detta hänseende hindrar förslaget inte på något sätt medlemsstaterna från att tillämpa sina konstitutionella bestämmelser om pressfrihet och yttrandefrihet i medierna.

## 2) SAMRÅD MED BERÖRDA PARTER OCH KONSEKVENSANALYS

### • Samråd med berörda parter

#### Metoder, målsektorer och deltagarnas allmänna profil

Ett första offentligt samråd ägde rum 2003. Kommissionen publicerade diskussionsinlägg på sin webbplats och uppmanade berörda parter att inkomma med skriftliga inlägg fram till den 15 juli 2003. Kommissionen tog emot över 150 skriftliga inlägg (omkring 1 350 sidor) från alla berörda parter (privata och offentliga programföretag, tillsynsmyndigheter, producenter, rättighetshavare) och från de flesta medlemsstater. Därefter anordnades en serie offentliga utfrågningar.

I kommissionens meddelande om framtiden för europeisk lagstiftning på det audiovisuella området [KOM(2003) 784, 15.12.2003] presenterades slutsatserna från denna första samrådsomgång och man inrättade tre fokusgrupper med experter för att diskutera i) räckvidden för framtida lagstiftning, ii) lämpliga regler för TV-reklam och iii) rätten till information/kort rapportering.

Resultaten från fokusgruppernas diskussioner sammanfattades i ett antal dokument om de olika sakfrågorna som publicerades i juli 2005 inför den konferens om audiovisuella frågor som anordnades i samarbete med det brittiska ordförandeskapet. Kommissionen mottog i denna andra samrådsomgång inlägg från mer än 200 berörda parter, t.ex. IT-företag, teleoperatörer och Internetleverantörer. Samrådet ledde till en bred diskussion om dessa frågor där alla centrala aktörer deltog, och den kulminerade med Liverpoolkonferensen i september 2005.

Ett öppet samråd på Internet organiserades mellan 11 juli och 5 september 2005. Kommissionen mottog svar från 206 aktörer.

Resultaten från båda samråden finns utlagda på kommissionens webbplats:

<http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/review-tw2003/contribution.htm>

Sammanfattning av svaren och av hur de har beaktats

Räckvidden för framtida lagstiftning

Diskussionerna visade tydligt att teknikneutralitet är en viktig princip. Medlemsstaterna, konsumentorganisationer och public service-företag stöder en ändring av reglerna för innehållet i televisionstjänster som ett led i en övergripande rättslig ram för alla audiovisuella medietjänster. Alla är dock eniga om att en övergripande strategi för innehåll endast kan fungera om linjära och icke-linjära tjänster omfattas av ett tvåledat system.

I samråden ansåg en majoritet att distinktionen mellan linjära och icke-linjära tjänster är en fungerande, framtidsinriktad grund för en rättslig definition.

Reklam

När det gäller kvantitativa regler övervägdes en viss flexibilitet i reglerna för infogande av reklamslag och dagliga maxgränser för reklam. Den här idén fick starkt stöd från branschen och, i viss utsträckning, public-service företag och några medlemsstater.

Flera aktörer betonade nyttan av samreglering och självreglering när det gäller reklam.

Skydd av minderåriga och mänsklig värdighet

När det gäller skyddet av minderåriga och hets mot folkgrupp tycks det finnas ett brett stöd för den rådande jämvikten enligt direktivet om television utan gränser. Medlemsstater, public service-företag, religiösa samfund, konsumentorganisationer och tittarorganisationer har alla uttryckt åsikten att dessa värden bör gälla också för icke-linjära tjänster och inte bara för traditionell television.

Kulturell mångfald

Det råder allmän enighet om målet om en livskraftig europeisk sektor för audiovisuell produktion, som speglar vår kulturella mångfald, men det är uppenbart att kvoter som bygger på sändningstid inte är något realistiskt alternativ i en värld av beställtjänster. Samtidigt erkänns att direktivet på ett övergripande sätt bör garantera den fria rörligheten för icke-linjära tjänster på den inre marknaden och att denna fråga måste behandlas.

Rätten till information och korta utdrag

Rätten till information och korta utdrag betraktas på olika sätt av olika aktörer. En del hävdar att det inte finns något behov av harmonisering på EU-nivå av de olika regleverken, medan public service-företagen anser att de nuvarande förhandlingsvillkoren inte underlättar tillgången till korta utdrag och att en bestämmelse i direktivet därför skulle vara till nytta.

- **Extern experthjälp**

Berörda fackområden/berörd sakkunskap

- Jämförande studie av följderna av kontrollåtgärder på TV-reklammarknaderna i Europeiska unionens medlemsstater (Carat).
- Undersökning om effekterna av åtgärder för att främja distributionen och produktionen av TV-program – på gemenskapsnivå och nationell nivå (David Graham and Associated Ltd.).
- Studie av samreglerande åtgärder i mediasektorn (Hans Bredow Institut).
- Studie om tillämpningen av regler för TV-reklam, sponsring och teleshopping (Audimetric).
- Konsekvensanalys (Rand).

Metoder

Benchmarking, statistisk forskning, kvalitativa intervjuer, bibliografisk forskning, insamling av fakta- och sifferunderlag med beaktande av ekonomiska parametrar och tekniska faktorer.

De viktigaste organisationer och experter som rådfrågats

Focus Groups, Carat, RAND, David Graham and Associated Ltd., Hans Bredow Institut, S.A. Audimetric samt alla berörda parter genom två offentliga samråd.

Sammanfattning av yttranden som kommit in och tagits till vara

Inga potentiellt allvarliga risker med oåterkalleliga konsekvenser har nämnts.

- Undersökningen av effekterna av åtgärder som rör främjande av distribution och produktion av TV-program bekräftar att artiklarna 4 och 5 i direktivet om television utan gränser gett en fungerande och stabil ram för främjandet av europeisk och oberoende produktion samt kulturell mångfald. De har — sedan de trädde i kraft — haft en stor positiv inverkan, inte bara genom att europeisk television i allt högre grad visar europeiska produktioner utan också kulturellt och ekonomiskt.
- Regleringens inverkan på TV-reklammarknaderna (artiklarna 10-20 i direktivet om television utan gränser): programföretagen yrkar på att artikel 11 skall förenklas, eller till och med avskaffas, eftersom de anser att den är alltför komplicerad. Antalet reklampausar är större på avreglerade marknader än i länder med strikt reglering. Analyser visar att de begränsningar som föreskrivs i artikel 18 ger en god jämvikt mellan skyddet av tittarna och marknadens behov. När det gäller produktplacering, kan klar och tydlig information till allmänheten om placeringen av en annonsörs produkter i ett program förhindra att produktplaceringen betecknas som smyg reklam.

Offentliggörande av experternas synpunkter och förslag

Webbplatsen för GD Informationssamhället och medier:

[http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi_en.htm)

- **Konsekvensanalys**

När det gäller översynen av direktivet om television utan gränser finns det fem alternativ:

(1) Upphävande av direktivet

Utifrån ett perspektiv som utgår från den inre marknaden för audiovisuella tjänster, skyddet av minderåriga och mänsklig värdighet, konsumenter och allmän ordning samt främjandet av kulturell mångfald, skulle ett upphävande av direktivet medföra att endast nationella regler skulle tillämpas och att principen om ursprungsland skulle försvinna för alla programföretag.

(2) Ingen ändring av direktivet

Varje konsekvensanalys måste undersöka ett scenario som innebär att inget ändras ("status quo"). Det här ger ett riktmärke för bedömningen av skillnader i inverkan.

(3) Fokuserad ändring och förtydligande av texten

Direktivet skulle ändras för att anpassa definitionerna till EG-domstolens rättspraxis och klargöra att alla linjära tjänster som liknar television omfattas. Direktivet skulle inte omfatta icke-linjära tjänster.

(4) En övergripande ram med graderad behandling av linjära och icke-linjära tjänster

Direktivet skulle skapa en övergripande ram för alla former av elektroniskt tillhandahållande av audiovisuellt innehåll, men behandla olika typer av tjänster (linjära respektive icke-linjära tjänster) på olika sätt. Icke-linjära tjänster skulle endast omfattas av en grundläggande uppsättning regler.

(5) Fullständig harmonisering med lika behandling av linjära och icke-linjära tjänster

Detta skulle förutsätta ett direktiv om audiovisuella innehållstjänster som jämställer alla typer av tjänster. Alla bestämmelser i det direktivet — från principen om ursprungsland till kraven på europeisk och oberoende produktion — skulle tillämpas på samma sätt på alla linjära och icke-linjära tjänster.

I konsekvensanalysen gjorde man en detaljerad utredning av alternativen 2, 3 och 4.

Ett upphävande av direktivet (alternativ 1) skulle varken gagna operatörerna, som inte längre skulle kunna verka på en samordnad och öppen europeisk marknad för audiovisuella tjänster, eller konsumenterna, som skulle förlora det skydd som det innebär att ha tillgång till ett stort antal audiovisuella tjänster som uppfyller ett minimiantal kvalitetskrav oavsett vilken medlemsstat som är ursprungslandet. Under

de omfattande offentliga samråd som beskrivs i kapitel 1 var det faktiskt inte en enda aktör som föreslog detta. Därför kan alternativ 1 inte betraktas som realistiskt, och det beaktades inte i konsekvensanalysen.

Alternativ 5 går ut på en fullständig harmonisering av hela sektorn för audiovisuella tjänster. Inte heller detta alternativ har övervägts, eftersom det utifrån dagens situation — en extremt diversifierad sektor med snabb utveckling som påverkas av en ständigt föränderlig mix av ekonomiska, politiska och sociokulturella intressen — tycks ogenomförbart inom överskådlig framtid. Inga aktörer har heller lagt fram ett förslag om detta.

Nio huvudgrupper av aktörer samt medlemsstaternas förvaltningar och kommissionen identifierades som direkt eller indirekt involverade i genomförandet av regler som bygger på direktivet om television utan gränser med ändringar. För dessa aktörer sammanfattas en detaljerad konsekvensanalys i tabeller för tre av alternativen ovan, när det gäller de viktigaste frågor som diskuterades under de offentliga samråden (se bilagan).

Analysen visade att alternativet utan förändringar (alternativ 2) skulle ge negativa konsekvenser för ett stort antal aktörer. Endast ett fåtal aktörer skulle tydligt gagnas av att behålla direktivet i nuvarande skick.

Enligt analysen skulle alternativ 3 påverka färre aktörer på grund av sin begränsade räckvidd, men samtidigt skulle den endast förbättra nyttoriskförhållandet för ett fåtal aktörer. För några av dem skulle det här alternativet inte medföra några större förändringar av de allmänna villkoren, och för ett fåtal skulle det vara ett gynnsamt scenario.

En övergripande rättslig ram, med graderad behandling av linjära och icke-linjära tjänster, är i stort sett motsatsen till alternativet utan förändringar när det gäller antalet aktörer som gagnas eller som påverkas negativt av en genomgripande omarbetning av direktivet. För den relativa majoriteten av aktörerna skulle det här alternativet inte medföra några ändrade villkor, men för ett mycket stort antal aktörer skulle villkoren förbättras avsevärt. Endast i ett fåtal fall skulle villkoren kunna försämrars, om ett antal hypoteser uppfylls.

Kommissionen utförde konsekvensanalysen i enlighet med arbetsprogrammet, och en rapport om detta bifogas förslaget till rättsakt. Den kommer också att läggas ut på webbplatsen för GD Informationssamhället och medier.

[http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi_en.htm).

### 3) RÄTTSLIGA ASPEKTER

- **Sammanfattning av den föreslagna åtgärden**

- Ändring av direktivet

- Gemensamma minimiregler för alla audiovisuella medietjänster (även icke-linjära tjänster).



- Flexibilitet och modernisering av reklamreglerna, samtidigt som konsumentskyddet garanteras och mål som rör den allmänna ordningen uppnås.

- **Rättslig grund**

Artiklarna 47.2 och 55 i fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen.

- **Subsidiaritetsprincipen**

När det gäller de nya audiovisuella beställtjänsterna ökar oron för att skillnaderna i medlemsstaternas lagstiftning för dessa tjänster kommer att skapa hinder för konkurrensen på den inre marknaden. Ändringen av direktivet om television utan gränser måste inriktas på att förbättra förutsättningarna för skapandet av en fungerande inre marknad, så att man undanröjer de (existerande eller troliga) hindren för den som utövar sin grundläggande frihet att tillhandahålla tjänster. Dessa hinder är resultatet av nationella regler eller av märkbara snedvridningar av konkurrensen på grund av skillnader i de nationella reglerna för nya tjänster (beställtjänster).

Det finns en verklig risk för ett osäkert rättsläge om medlemsstaterna i samband med de nya audiovisuella beställtjänsterna av allmänpolitiska skäl skulle avvika från principen om ursprungsland, vilket skulle leda till att audiovisuella beställtjänster omfattades av ej harmoniserade regler i medlemsstaterna. Samtidigt visade nyligen en enkät som kommissionen sände till medlemmarna i kontaktkommittén för ”Television utan gränser” att de flesta medlemsstater redan i dag reglerar icke-linjära tjänster (beställtjänster) mot bakgrund av de viktiga frågor som det handlar om. Medlemsstaternas lagstiftning för audiovisuella beställtjänster skiljer sig visserligen åt, men 23 av 25 medlemsstater har infört någon form av lagstiftning för huvuddelen av de berörda frågorna. Utan en harmoniserad europeisk strategi skulle det europeiska utbudet påverkas negativt av osäkerheten om rättsläget och företagen skulle kunna välja att söka sig till länder utanför EU, vilket på medellång sikt skulle skada medlemsstaternas ekonomier.

- **Proportionalitetsprincipen**

I förslaget föreslås endast en minimiharmonisering för att säkerställa rörligheten för audiovisuella medietjänster på den inre marknaden. När det gäller genomförandet nämns uttryckligen samreglering och självreglering.

Förslaget kommer att avsevärt förenkla övervakningen av reglerna för TV-reklam. Harmoniseringen av minimiregler för icke-linjära audiovisuella tjänster medför i stort sett inte några nya skyldigheter för operatörerna, utan innebär endast att villkoren harmoniseras på gemenskapsnivå för att genomföra principen om ursprungsland. Därmed tycks förslaget stå i proportion till det mål som skall uppnås.

- **Val av regleringsform**

Föreslagen regleringsform: direktiv, samreglering och självreglering.

Förslaget omfattar flera regleringsformer: När grundläggande rättigheter berörs är det nödvändigt med reglering. Samreglering tillämpas redan i stor utsträckning när det gäller skyddet av minderåriga, och förslaget bör uppmuntra system för samreglering

inom de områden som omfattas av direktivet. Den här typen av system måste vara allmänt accepterade av de centrala intressenterna och omfatta en effektiv tillämpning.

#### 4) BUDGETKONSEKVENSER

Detta förslag påverkar inte gemenskapens budget.

#### 5) YTTERLIGARE UPPLYSNINGAR

- **Simulering, pilotfas och övergångsperiod**

Förslaget kommer att omfatta en övergångsperiod.

- **Förenklingar**

Förslaget innebär att lagstiftningen förenklas.

De regler för TV-reklam som i dag finns i direktivet om television utan gränser kommer att förenklas avsevärt. Maxgränsen per dag kommer att avskaffas, reklamkategorierna kommer att förenklas och regeln om införande av reklam kommer att förtydligas och blir mer flexibel.

Förslaget ingår i kommissionens arbets- och lagstiftningsprogram under beteckningen 2005/INFSO-032.

- **Översyn/ändring/tidsbegränsning**

Förslaget innehåller en bestämmelse om översyn.

- **Jämförelsetabell**

Medlemsstaterna skall till kommissionen överlämna texterna till nationella bestämmelser som genomför direktivet, tillsammans med en jämförelsetabell mellan dessa bestämmelser och bestämmelserna i detta direktiv.

- **Europeiska ekonomiska samarbetsområdet (EES)**

Detta förslag berör en EES-fråga och bör därför gälla i hela EES.

- **Kort redogörelse för förslaget**

Syftet med ändringen är att fastställa regler för audiovisuella medietjänster på ett sätt som är plattformsnutralt, vilket innebär att samma grundläggande regler kommer att vara tillämpliga på samma typ av tjänster. Vilka regler som är tillämpliga skall inte längre avgöras av plattformen för tillhandhållandet utan av tjänstens natur. Den nya lagstiftningen kommer att göra en åtskillnad mellan linjära audiovisuella tjänster eller "sändningstjänster" inbegripet IPTV, "streaming" (direktuppspelning) och "webcasting" (webbutskickning), å ena sidan, och icke-linjära tjänster som beställvideo, å andra sidan.

Genom ändringsdirektivet införs nya definitioner som bygger på begreppet "audiovisuella medietjänster" i artikel 1 i det ändrade direktivet. Definitionen av

audiovisuella medietjänster omfattar massmedier i deras informeraende, underhållande och utbildande funktion, men utesluter varje form av privat korrespondens, som e-postmeddelanden som sänds till ett begränsat antal mottagare. Definitionen utesluter också alla tjänster vars huvudsakliga syfte inte är att tillhandahålla audiovisuellt innehåll, även om de innehåller vissa audiovisuella element. Tjänster där det audiovisuella innehållet är helt underordnat tjänsten och inte dess huvudsakliga syfte omfattas inte.

De nya artiklarna 3c-3h innehåller den grunduppsättning regler som skall gälla för alla audiovisuella medietjänster. Därmed kan några av de specifika bestämmelserna för TV-sändningar, som artiklarna 7 och 12 och artikel 22a avskaffas.

Icke-linjära tjänster (beställtjänster) kommer att omfattas av några minimiprinciper som rör

- skydd av minderåriga,
- förbud mot hets mot folkgrupp,
- identifiering av leverantören av medietjänsten,
- identifiering av marknadskommunikation,
- några kvalitativa begränsningar för marknadskommunikation (t.ex. när det gäller alkohol och marknadskommunikation riktad till minderåriga).

Genom den nya artikeln 3b införs en regel om icke-diskriminerande tillämpning av rätten till korta nyhetsinslag för linjära tjänster.

De viktigaste ändringarna av kapitel IV om TV-reklam rör flexibla regler för införande av reklam (den ändrade artikeln 11), tydliga regler för produktplacering, avskaffande av den dagliga maxgränsen för TV-reklam (den gamla artikeln 18) och avskaffandet av kvantitativa restriktioner för teleshopping (den gamla artikeln 18a).

Maxgränsen på tre timmars reklam per dag anses föråldrad, eftersom den inte är tillämplig i praktiken, och stryks därför. Reglerna om införande av reklaminslag har förenklats och gjorts mer flexibla. I stället för att som i dag vara tvungna att låta minst 20 minuter gå mellan varje reklamavbrott, kan programföretagen nu välja den tidpunkt under programmen som är lämpligast för infogande av reklam. TV-filmer, biograffilmer, barnprogram och nyhetsprogram får dock endast avbrytas av reklaminslag en gång per 35-minutersperiod.

Förslag till

**EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV  
OM ÄNDRING AV RÅDETS DIREKTIV 89/552/EEG**

**om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television**

**(Text av betydelse för EES)**

EUROPAPARLAMENTET OCH EUROPEISKA UNIONENS RÅD HAR ANTAGIT  
DETTA DIREKTIV

med beaktande av fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen, särskilt artikel 47.2 och artikel 55,

med beaktande av kommissionens förslag<sup>3</sup>,

med beaktande av Europeiska ekonomiska och sociala kommitténs yttrande<sup>4</sup>,

med beaktande av Regionkommitténs yttrande<sup>5</sup>,

i enlighet med förfarandet i artikel 251 i fördraget<sup>6</sup>, och

av följande skäl:

- (1) Genom direktiv 89/552/EEG samordnas vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television. Ny teknik för överföring av audiovisuella medietjänster har emellertid gjort det nödvändigt att ändra den rättsliga ramen för att ta hänsyn till att affärsverksamheten påverkas av den ändrade strukturen och den tekniska utvecklingen, i synnerhet när det gäller finansieringen av kommersiell sändningsverksamhet, och för att garantera optimala konkurrensvillkor för informationsteknik, mediabranschen och medietjänster i Europa.
- (2) Medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television samordnas redan i dag genom direktiv 89/552/EEG, medan reglerna för annan verksamhet, som audiovisuella beställtjänster, skiljer sig åt och i en del fall kan hindra den fria rörligheten för den här typen av tjänster inom Europeiska unionen och snedvrider konkurrensen på den inre marknaden.

---

<sup>3</sup> EUT C [...], [...], s. [...].

<sup>4</sup> EUT C [...], [...], s. [...].

<sup>5</sup> EUT C [...], [...], s. [...].

<sup>6</sup> EUT C [...], [...], s. [...].

Enligt artikel 3.4 i direktiv 2000/31/EG får medlemsstaterna vidta åtgärder för undantag från principen om ursprungsland av vissa specifika skäl som rör den allmänna ordningen.

- (3) De audiovisuella medietjänsternas stora betydelse för samhälle, demokrati och kultur gör det berättigat med särskilda regler för dessa tjänster.
- (4) Traditionella audiovisuella medietjänster och nya beställtjänster kan skapa många arbetstillfällen i gemenskapen, särskilt i små och medelstora företag, och främja ekonomisk tillväxt och investeringar.
- (5) Det råder osäkerhet om rättsläget för europeiska företag som tillhandahåller medietjänster, och de omfattas av olika konkurrensvillkor i samband med nya beställtjänster; det är därför nödvändigt att se till att audiovisuella medietjänster omfattas av åtminstone en grunduppsättning samordnade regler, för att förhindra snedvridning av konkurrensen och öka säkerheten om rättsläget.
- (6) Kommissionen har antagit ett meddelande om framtiden för den europeiska lagstiftningen på det audiovisuella området<sup>7</sup>. Där betonas att regleringpolitiken inom sektorn måste värna vissa allmänna intressen, som kulturell mångfald, rätt till information, skydd av minderåriga och konsumentskydd, nu och i framtiden.
- (7) Kommissionen har antagit initiativet ”i2010 – Det europeiska informationsområdet för tillväxt och sysselsättning”<sup>8</sup> som syftar till att främja tillväxt och sysselsättning inom IT- och mediabranschen. i2010 är en övergripande strategi som skall underlätta den digitala ekonomins utveckling, mot bakgrund av konvergensen mellan IT- och medietjänster, nät och utrustning, genom att modernisera och utnyttja alla medel som EU förfogar över: lagstiftning, forskning och partnerskap med branschen. Kommissionen har förbundit sig att skapa en enhetlig ram för den inre marknaden för IT-tjänster och medietjänster, genom att modernisera den rättsliga ramen för audiovisuella tjänster; detta arbete inleddes med kommissionens förslag från 2005 om en modernisering av direktivet om television utan gränser.
- (8) Den 6 september 2005 antog Europaparlamentet en resolution om tillämpningen av artiklarna 4 och 5 i direktiv 89/552/EEG, ändrat genom direktiv 97/36/EG, för perioden 2001-2002 (Weberbetänkandet)<sup>9</sup>. I resolutionen förespråkas att det gällande direktivet om television utan gränser skall anpassas till de strukturella förändringarna och den tekniska utvecklingen, men att de underliggande principerna skall ligga fast eftersom de fortfarande är relevanta. I resolutionen stöds i princip det allmänna tillvägagångssättet med grundläggande regler som omfattar alla audiovisuella medietjänster och kompletterande regler som omfattar linjära tjänster (”sändningsverksamhet”).

---

<sup>7</sup> Meddelande från kommissionen till rådet, Europaparlamentet, Europeiska ekonomiska och sociala kommittén samt Regionkommittén - Framtiden för europeisk lagstiftning på det audiovisuella området, KOM(2003) 784, 15.12.2003.

<sup>8</sup> Meddelande från kommissionen till rådet, Europaparlamentet, Europeiska ekonomiska och sociala kommittén samt Regionkommittén - i2010 – Det europeiska informationsområdet för tillväxt och sysselsättning, KOM(2005) 229, 1.6.2005.

<sup>9</sup> Europaparlamentets resolution om tillämpningen av artiklarna 4 och 5 i direktiv 89/552/EEG (”Television utan gränser”), ändrat genom direktiv 97/36/EG, för perioden 2001-2002, A6-0202/2005.

- (9) Det här direktivet ökar överensstämmelsen med de grundläggande rättigheterna och är helt i enlighet med de principer som erkänns i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna, särskilt artikel 11. I detta hänseende hindrar direktivet inte på något sätt medlemsstaterna från att tillämpa sina konstitutionella bestämmelser om pressfrihet och yttrandefrihet i medierna.
- (10) Eftersom en minimiuppsättning harmoniserade skyldigheter införs genom artikel 3c-3h kan medlemsstaterna inte längre, inom de områden som harmoniseras genom detta direktiv, avvika från principen om ursprungsland när det gäller skydd av minderåriga och bekämpande av hets mot personer på grund av ras, kön, religion eller nationalitet samt kränkningar av enskilda personers mänskliga värdighet eller konsumentskydd, i enlighet med artikel 3.4 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG<sup>10</sup>.
- (11) Enligt artikel 1.3 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/21/EG<sup>11</sup> påverkar det direktivet inte de åtgärder som vidtas på gemenskapsnivå eller nationell nivå för att arbeta för mål som avser allmänintresset, särskilt när det gäller reglering av innehåll och audiovisuell politik.
- (12) Inga bestämmelser i detta direktiv bör ålägga eller uppmuntra medlemsstaterna att införa nya licens- eller tillståndssystem för någon typ av media.
- (13) Definitionen av audiovisuella medietjänster täcker alla audiovisuella massmedietjänster, oavsett om det rör sig om tjänster enligt en programtablå eller beställtjänster. Tillämpningsområdet begränsas dock till tjänster enligt definitionen i fördraget, vilket innebär att det omfattar alla typer av ekonomisk verksamhet, även public service-företagens verksamhet, men inte verksamhet utan ekonomiska syften, som rent privata webbplatser.
- (14) Definitionen av audiovisuella medietjänster täcker massmedier i deras informativa, underhållande och utbildande funktion, men utesluter alla former av privat korrespondens, som e-postmeddelanden som sänds till ett begränsat antal mottagare. Definitionen utesluter också alla tjänster som inte är avsedda för distribution av audiovisuellt innehåll, dvs. när det audiovisuella innehållet enbart är en sidoeffekt av tjänsten och inte dess huvudsakliga syfte. Ett exempel är webbplatser som innehåller audiovisuella element som endast är av underordnad betydelse, t.ex. animerade grafiska element, små reklamslag eller information om en produkt eller tjänst som inte är av audiovisuell art.
- (15) Direktivet omfattar inte nätupplagor av tidningar och tidskrifter.
- (16) Begreppet ”audiovisuell” avser rörliga bilder med eller utan ljud, vilket innefattar filmer utan ljud men inte ljudöverföring eller radio.
- (17) Begreppet redaktionellt ansvar är grundläggande för definitionen av leverantören av medietjänster och därmed för definitionen av audiovisuella medietjänster. Det här direktivet påverkar inte tillämpningen av de undantag från ansvar som fastställs i direktiv 2000/31/EG.

---

<sup>10</sup> EGT L 178, 17.7.2000, s. 1.

<sup>11</sup> EGT L 108, 24.4.2002, s. 33.

- (18) Utöver reklam och teleshopping (även kallat TV-köp) införs en bredare definition av audiovisuell marknadskommunikation. Den omfattar rörliga bilder med eller utan ljud som åtföljer audiovisuella medietjänster och som är utformade för att direkt eller indirekt marknadsföra varor, tjänster eller bild från en fysisk eller juridisk person som bedriver ekonomisk verksamhet; därför omfattar den inte samhällsinformation och välgörenhetsinslag som sänds utan avgift.
- (19) Principen om ursprungsland är fortfarande central för detta direktiv, eftersom den är grundläggande för skapandet av en inre marknad. Denna princip måste därför tillämpas på alla audiovisuella medietjänster för att ge leverantörerna av medietjänster den säkerhet om rättsläget som är en förutsättning för nya affärsmodeller och utbyggnaden av den här typen av tjänster. Den är också nödvändig för att garantera den fria rörligheten för information och audiovisuella program på den inre marknaden.
- (20) Den tekniska utvecklingen, särskilt i fråga om digitala satellitprogram, medför att de kompletterande kriterierna måste ändras för att garantera en ändamålsenlig reglering och ett effektivt genomförande samt ge aktörerna verklig makt över innehållet i en audiovisuell innehållstjänst.
- (21) Detta direktiv rör tjänster som bjuds ut till allmänheten i Europeiska unionen, och därför bör det endast vara tillämpligt på audiovisuella medietjänster som direkt eller indirekt kan tas emot av allmänheten i en eller fler medlemsstater med hjälp av vanlig konsumentutrustning. Det bör överlåtas åt de behöriga myndigheterna i medlemsstaterna att fastställa hur ”vanlig konsumentutrustning” skall definieras.
- (22) I artiklarna 43-48 i fördraget fastställs att etableringsfriheten är en grundläggande rättighet. Detta innebär att leverantörer av audiovisuella medietjänster i allmänhet är fria att välja den medlemsstat där de är etablerade. Europeiska gemenskapernas domstol har också understrukit följande: ”Enligt fördraget är det inte förbjudet för ett företag att utöva friheten att tillhandahålla tjänster på grund av att det inte tillhandahåller några tjänster i den medlemsstat där det är etablerat”<sup>12</sup>.
- (23) Medlemsstaterna bör dock behålla sin frihet att inom de områden som samordnas genom detta direktiv tillämpa strängare regler på de leverantörer av audiovisuella medietjänster som tillhör deras jurisdiktion. För att se till att sådana regler inte kringgås bör man kodifiera EG-domstolens rättspraxis<sup>13</sup> och kombinera detta med ett effektivare förfarande; på så sätt tar man hänsyn till medlemsstaternas intressen utan att ifrågasätta den korrekta tillämpningen av principen om ursprungsland.
- (24) Utan hinder av tillämpningen av principen om ursprungsland får medlemsstaterna enligt detta direktiv vidta åtgärder som begränsar den fria rörligheten för TV-sändningar, men endast enligt vissa villkor som anges i artikel 2a i detta direktiv och i enlighet med det förfarande som fastställs i direktivet. EG-domstolen har dock konsekvent intagit ståndpunkten att varje begränsning av friheten att tillhandahålla

---

<sup>12</sup> Mål C-56/96, VT4, punkt 22, och mål C-212/97 Centros Ltd mot Erhvervs-og Selskabsstyrelsen. Se även mål C-11/95, Europeiska kommissionen mot Konungariket Belgien, samt mål C-14/96, Brottmål mot Paul Denuit.

<sup>13</sup> Mål C-212/97, Centros Ltd mot Erhvervs-og Selskabsstyrelsen, mål C-33/74, Van Binsbergen mot Bestuur van de Bedrijfsvereniging, och mål C-23/93, TV 10 SA mot Commissariaat voor de Media, punkt 21.

tjänster, såsom alla avvikelser från en grundläggande princip i fördraget, skall tolkas restriktivt<sup>14</sup>.

- (25) I kommissionens meddelande till rådet och Europaparlamentet, "Lagstifta bättre för tillväxt och arbetstillfällen i Europeiska unionen"<sup>15</sup>, betonades att det är nödvändigt med en noggrann analys av vilken lagstiftningsmetod som är lämplig, särskilt om konventionell lagstiftning är att föredra för den aktuella sektorn och det aktuella problemet, eller om alternativ som självreglering eller samreglering bör övervägas. Det interinstitutionella avtalet om bättre lagstiftning<sup>16</sup> tillhandahåller gemensamma definitioner, kriterier och förfaranden för samreglering och självreglering. Erfarenheten har visat att samreglering och självreglering som genomförs i enlighet med de olika medlemsstaternas egna rättsliga traditioner i hög grad kan bidra till en god nivå på konsumentskyddet.
- (26) Visningsrätter till evenemang av allmänintresse kan förvärfas av programföretag med ensamrätt. Det är dock viktigt att främja mångfald genom en diversifierad nyhetsproduktion och ett diversifierat programutbud i Europeiska unionen och följa de principer som erkänns i artikel 11 i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna.
- (27) För att skydda den grundläggande friheten att ta emot information och se till att tittarnas intressen i Europeiska unionen skyddas helt och fullt, skall de aktörer som har ensamrätt till ett evenemang av allmänintresse ge andra programföretag och mellanhänder, som agerar på programföretagens vägnar, rätt att använda korta utdrag i allmänna nyhetssändningar på rättvisa, rimliga och icke-diskriminerande villkor, med vederbörlig hänsyn till ensamrätter. Dessa villkor skall meddelas i så god tid före ett evenemang av allmänintresse att övriga aktörer får den tid de behöver för att utöva sin rätt. Den allmänna principen är att dessa korta utdrag inte skall vara längre än 90 sekunder.
- (28) Icke-linjära tjänster skiljer sig från linjära tjänster när det gäller användarens valfrihet och kontrollmöjligheter samt när det gäller tjänsternas samhällseffekter<sup>17</sup>. Detta gör det motiverat med en mindre omfattande reglering av icke-linjära tjänster, som endast behöver följa de grundläggande regler som avses i artikel 3c-3h.
- (29) Med tanke på de audiovisuella medietjänsternas speciella natur - särskilt deras påverkan på människors åsikter - är det viktigt att användarna får veta exakt vem som har ansvaret för tjänsternas innehåll. Därför bör medlemsstaterna säkerställa att leverantörerna av medietjänster ser till att tittarna hela tiden enkelt kan få direkt tillgång till den nödvändiga informationen om vem som har det redaktionella ansvaret för innehållet. Det är de enskilda medlemsstaterna som fastställer de praktiska detaljerna för hur detta mål kan uppnås utan att det påverkar tillämpningen av andra relevanta bestämmelser i gemenskapslagstiftningen.

---

<sup>14</sup> Mål C-355/98, Europeiska kommissionen mot Konungariket Belgien, REG 2000, s. I-1221, punkt 28, och mål C-348/96, Brottmål mot Donatella Calfa, REG 1999, s. I-0011, punkt 23.

<sup>15</sup> KOM(2005) 97.

<sup>16</sup> EUT C 321, 31.12.2003, s. 1.

<sup>17</sup> Se t.ex. mål C-89/04, Mediakabel.



- (30) De åtgärder som föreskrivs i detta direktiv begränsas i enlighet med proportionalitetsprincipen till vad som är strikt nödvändigt för att den inre marknaden skall fungera väl. Där det är nödvändigt att ingripa på gemenskapsnivå bör direktivet säkerställa ett starkt skydd av de allmänna intressena, i synnerhet skyddet för minderåriga och mänsklig värdighet, för att garantera ett område helt utan inre gränser för audiovisuella medietjänster.
- (31) Skadligt innehåll och uppträdande i audiovisuella medietjänster är en viktig fråga för beslutsfattare, bransch och föräldrar. Nya utmaningar kommer också att framträda, särskilt i samband med nya plattformar och nya produkter. Därför är det nödvändigt att införa regler som skyddar den fysiska, mentala och moraliska utvecklingen för minderåriga samt den mänskliga värdigheten i alla audiovisuella medietjänster och i audiovisuell marknadskommunikation.
- (32) De åtgärder som vidtas för att skydda minderåriga och den mänskliga värdigheten måste noga vägas mot den grundläggande yttrandefriheten, såsom den slås fast i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna. Syftet med dessa åtgärder bör därmed vara att garantera en tillfredsställande nivå på skyddet för minderåriga, särskilt när det gäller icke-linjära tjänster, men inte att förbjuda vuxet innehåll som sådant.
- (33) Inga av de bestämmelser i det här direktivet som rör skyddet av minderåriga och den allmänna ordningen innefattar nödvändigtvis några krav på att de berörda åtgärderna skall genomföras genom förhandskontroll av audiovisuella medietjänster.
- (34) Enligt artikel 151.4 i fördraget skall gemenskapen beakta de kulturella aspekterna då den handlar enligt andra bestämmelser i fördraget, särskilt för att respektera och främja sin kulturella mångfald.
- (35) Icke-linjära audiovisuella medietjänster kan delvis komma att ersätta de linjära tjänsterna. Därför bör de, när det är praktiskt möjligt, främja produktion och distribution av europeiska produktioner och på så sätt aktivt bidra till att främja den kulturella mångfalden. Det är viktigt att tillämpningen av de bestämmelser som rör främjandet av europeisk produktion genom audiovisuella medietjänster kontinuerligt följs upp. I de rapporter som avses i artikel 3f.3, bör medlemsstaterna också beakta det finansiella bidraget från dessa tjänster till europeiska produktioner och förvärv av sändningsrätter till sådana; de bör också beakta andelen europeiska produktioner i de audiovisuella medietjänsternas utbud samt hur stor andel av användarnas faktiska konsumtion som utgörs av de europeiska produktionerna i tjänstens utbud.
- (36) När bestämmelserna i artikel 4 i direktiv 89/552/EEG, i dess ändrade lydelse, genomförs, bör medlemsstaterna anta bestämmelser om att programföretagens programutbud skall omfatta en lämplig andel europeiska samproduktioner eller produktioner från andra europeiska länder.
- (37) Det bör säkerställas att biograffilmer sänds inom den tidsperiod som överenskommit mellan rättighetshavarna och leverantörerna av audiovisuella tjänster.
- (38) Tillgången till icke-linjära tjänster ökar konsumenternas valfrihet. Därmed tycks det varken motiverat eller logiskt ur tekniskt perspektiv att införa detaljerade bestämmelser som reglerar audiovisuell marknadskommunikation för icke-linjära

tjänster. All audiovisuell marknads kommunikation bör dock utformas i enlighet med reglerna om identifiering och följa ett antal grundläggande kvalitativa regler i syfte att uppnå tydliga mål av allmänintresse.

- (39) Såsom erkändes i kommissionens tolkningsmeddelande om vissa aspekter av bestämmelserna om reklam i direktivet om television utan gränser, har utvecklingen av ny teknik för reklam och marknadsföringsinnovationerna skapat nya effektiva möjligheter för marknads kommunikation i traditionella sändningstjänster, vilket kan leda till att de med lika spelregler kan klara sig bättre i konkurrensen mot innovativa beställtjänster<sup>18</sup>. Detta tolkningsmeddelande är fortfarande relevant i och med att det behandlar sådana bestämmelser i direktivet som inte påverkas av ändringsdirektivet.
- (40) Affärsmässig och teknisk utveckling ger användarna större valfrihet och ett ökat ansvar i användningen av audiovisuella medietjänster. Regleringen skall stå i proportion till målen av allmänintresse och därför bör den ge utrymme för en viss flexibilitet när det gäller linjära audiovisuella medietjänster: principen om åtskillnad bör begränsas till reklam och teleshopping, men produktplacering bör tillåtas under vissa omständigheter, och vissa kvantitativa restriktioner bör avskaffas. Produktplacering som har formen av smyg reklam bör dock förbjudas. Principen om åtskillnad bör inte förhindra användningen av ny reklamteknik.
- (41) Utöver de metoder som omfattas av det här direktivet, är direktiv 2005/29/EG tillämpligt på illojala affärsmetoder, som vilseledande och aggressiva metoder i samband med audiovisuella medietjänster. Direktiv 2003/33/EG, som förbjuder reklam och sponsring för cigaretter och andra tobaksvaror i tryckta medier, informationssamhällets tjänster och radiosändningar, påverkar inte tillämpningen av rådets direktiv 89/552/EEG av den 3 oktober 1989 om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television, och med tanke på de audiovisuella medietjänsternas speciella karaktär bör förhållandet mellan direktiv 2003/33/EG och direktiv 89/552/EEG inte påverkas av det här direktivets ikraftträdande. Artikel 88.1 i direktiv 2001/83/EG<sup>19</sup>, som förbjuder reklam riktad till allmänheten för vissa läkemedel, är tillämplig i enlighet med artikel 88.5 och utan att det påverkar tillämpningen av artikel 14 i direktiv 89/552/EEG; förhållandet mellan direktiv 2001/83/EG och direktiv 89/552/EEG bör inte påverkas av det här direktivets ikraftträdande.
- (42) Det allt större antalet nya tjänster har ökat konsumenternas valfrihet, och därför är det inte längre motiverat med en detaljerad reglering av sändningen av reklaminslag för att skydda tittarna. Direktivet ökar visserligen inte den tillåtna mängden reklam per timme, men ger programföretagen flexibilitet i fråga om sändning av reklaminslag, när detta inte på ett oskäligt sätt skadar programmets integritet.
- (43) Direktivet syftar till att värna den europeiska televisionens speciella karaktär och begränsar därför de avbrott som får göras i biograf filmer och TV-filmer samt vissa kategorier av program som fortfarande behöver ett särskilt skydd.

---

<sup>18</sup> EUT C 102, 28.4.2004, s. 2.

<sup>19</sup> Senast ändrat genom Europaparlamentets och rådets direktiv 2004/27/EG av den 31 mars 2004 om ändring av direktiv 2001/83/EG om upprättande av gemenskapsregler för humanläkemedel (EUT L 136, 30.4.2004 s. 34).

- (44) Begränsningen av mängden reklam per dag var i stor utsträckning rent teoretisk. Begränsningen per timme har större betydelse eftersom den också omfattar bästa sändningstid. Därför bör maxgränsen per dag avskaffas, medan maxgränsen per timme bör bibehållas för reklaminslag och teleshoppinginslag. De kvantitativa begränsningarna av den tid som avsätts för teleshopping- och reklamkanaler tycks inte längre vara motiverade med tanke på konsumenternas ökade valfrihet. Gränsen på 20 % reklam per timme mellan hela klockslag fortsätter dock att gälla, med undantag för mer tidskrävande reklamformer som säljfrämjande referenser och teleshoppingfönster, som kräver mer tid på grund av sina egenskaper och sin presentationsmetod<sup>20</sup>.
- (45) Direktivet förbjuder smygreklam på grund av dess negativa inverkan på konsumenterna. Förbudet mot smygreklam omfattar inte legitim produktplacering inom ramen för detta direktiv.
- (46) Produktplacering förekommer i biograffilmer och audiovisuella produktioner som görs för TV, men medlemsstaterna reglerar detta fenomen på olika sätt. För att garantera lika konkurrensvillkor, och därmed förbättra den europeiska mediebranschens konkurrenskraft, är det nödvändigt att anta regler för produktplacering. Den definition av produktplacering som införs här omfattar varje form av audiovisuell marknadskommunikation som innehåller eller hänvisar till en produkt, en tjänst eller ett varumärke, som på så sätt framhävs i ett program. Detta sker normalt mot betalning eller liknande ersättning. Produktplacering omfattas av samma kvalitativa regler och restriktioner som reklam.
- (47) Tillsynsmyndigheterna bör vara fristående från medlemsstaternas regeringar och från leverantörerna av audiovisuella medietjänster, så att de kan utföra sitt arbete på ett opartiskt och öppet sätt och bidra till mångfalden. Ett nära samarbete mellan de nationella tillsynsmyndigheterna och kommissionen krävs för att garantera en korrekt tillämpning av detta direktiv.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

#### *Artikel 1*

Direktiv 89/552/EEG<sup>21</sup> skall ändras på följande sätt:

- (1) Titeln skall ersättas med följande:

”Europaparlamentets och rådets direktiv [nr] om samordning av vissa bestämmelser som fastställs i medlemsstaternas lagar och andra författningar om tillhandahållande av audiovisuella medietjänster (direktiv om audiovisuella medietjänster)”.

- (2) Artikel 1 skall ersättas med följande:

---

<sup>20</sup> Målen 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) och GETE Srl (C-339/94) mot Ministero delle Poste e Telecomunicazioni, REG 1996, s. I-06471.

<sup>21</sup> EGT L 298, 17.10.1989, s. 23. Direktivet senast ändrat genom direktiv 97/36/EG (EGT L 202, 30.7.1997, s. 60).

## ”Artikel 1

I detta direktiv avses med

- (a) *audiovisuella medietjänster*: en tjänst enligt definitionen i artiklarna 49 och 50 i fördraget, vars huvudsakliga syfte är att i informations-, underhållnings- eller utbildningssyfte tillhandahålla rörliga bilder, med eller utan ljud, till allmänheten via elektroniska kommunikationsnät i den mening som avses i artikel 2 a i Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/21/EG<sup>22</sup>,
- (b) *leverantör av medietjänster*: den fysiska eller juridiska person som har det redaktionella ansvaret för valet av audiovisuellt innehåll för den audiovisuella medietjänsten och som avgör hur det skall organiseras,
- (c) *televisionssändning*: en linjär audiovisuell medietjänst där en leverantör av medietjänster bestämmer vid vilken tidpunkt ett visst program skall sändas och fastställer programtablån,
- (d) *programföretag*: leverantör av linjära audiovisuella medietjänster,
- (e) *icke-linjär tjänst*: en audiovisuell medietjänst där det är användaren som bestämmer vid vilken tidpunkt ett visst program skall sändas, utifrån ett innehållsutbud som väljs av leverantören av medietjänster,
- (f) *audiovisuell marknadskommunikation*: rörliga bilder med eller utan ljud som åtföljer audiovisuella medietjänster och som är utformade för att direkt eller indirekt marknadsföra varor och tjänster till eller imagen av en fysisk eller juridisk person som bedriver ekonomisk verksamhet,
- (g) *TV-reklam*: varje form av sänt meddelande, antingen mot betalning eller liknande ersättning eller i form av egenreklam, som utförs av ett offentligt eller privat företag i samband med handel, affärsverksamhet, hantverk eller yrkesverksamhet i avsikt att främja tillhandahållande mot betalning av varor eller tjänster, inklusive fast egendom, eller rättigheter och förpliktelser,
- (h) *smygreklam*: presentation i ord eller bild av varor, tjänster, namn, varumärke eller verksamheter för en varu- eller tjänsteproducent i program, då denna presentation av programföretaget är avsedd att tjäna som reklam och då allmänheten kan vilseledas i fråga om presentationens art. Denna typ av presentation betraktas särskilt som avsiktlig om den görs mot betalning eller liknande ersättning,
- (i) *sponsring*: varje bidrag till finansieringen av en audiovisuell medietjänst som ges av ett offentligt eller privat företag som inte är verksamt inom tillhandahållande av audiovisuella tjänster eller produktion av audiovisuella verk, i syfte att marknadsföra företagets namn, varumärke, anseende, verksamhet eller produkter,

---

<sup>22</sup> EGT L 108, 24.4.2002, s. 33.

- (j) *teleshopping (även kallat TV-köp)*: sändning av direkta erbjudanden till allmänheten i syfte att mot betalning tillhandahålla varor eller tjänster, inklusive fast egendom eller rättigheter och förpliktelser,
  - (k) *produktplacering*: varje form av audiovisuell marknadskommunikation som innehåller eller hänvisar till en produkt, en tjänst eller ett varumärke, som på så sätt framhävs i en audiovisuell medietjänst, normalt mot betalning eller liknande ersättning.
- (3) Artikel 2 skall ändras på följande sätt:
- (a) I punkt 1 skall ”TV-sändningar, som sänds av programföretag” ersättas med ”audiovisuella medietjänster som sänds av leverantörer av medietjänster” och ”sändningar” ersättas med ”audiovisuella medietjänster”.
  - (b) I punkt 2 skall ”programföretag” ersättas med ”leverantörer av medietjänster”.
  - (c) I punkt 3 skall ”programföretag” ersättas med ”leverantörer av medietjänster”; ”redaktionella beslut om programsammansättningen” skall ersättas med ”redaktionella beslut om den audiovisuella medietjänsten”; ”TV-sändningsverksamheten” skall ersättas med ”den audiovisuella tjänsten”, ”där det först började sända” skall ersättas med ”där den inledde sin verksamhet”, och ”beslut om programsammansättningen” skall ersättas med ”beslut om den audiovisuella medietjänsten”.
  - (d) Punkt 4 skall ersättas med följande:

”4. Leverantörer av audiovisuella medietjänster på vilka bestämmelserna i punkt 3 inte är tillämpliga skall anses tillhöra en medlemsstats jurisdiktion i följande fall:

    - (a) De använder sig av en satellitupplänk belägen i den medlemsstaten.
    - (b) De använder visserligen inte en satellitupplänk belägen i medlemsstaten, men de använder satellitkapacitet som hör till den medlemsstaten.”
  - (e) I punkt 5 skall ”programföretaget” ersättas med ”leverantören av medietjänster” och ”artikel 52” skall ersättas med ”artikel 43”.
  - (f) Punkt 6 skall ersättas med följande:

”6. Detta direktiv skall inte omfatta audiovisuella medietjänster som är avsedda uteslutande för mottagning i tredjeland och som inte tas emot direkt eller indirekt med hjälp av vanlig konsumentutrustning av allmänheten i en eller flera medlemsstater.”
  - (g) Följande punkter skall läggas till som de nya punkterna 7, 8, 9 och 10:

”7. För att förhindra missbruk och bedrägligt uppträdande får en medlemsstat vidta lämpliga åtgärder mot en leverantör av medietjänster som är etablerad i en annan medlemsstat, men vars verksamhet uteslutande eller huvudsakligen

riktar sig mot den förstnämnda medlemsstatens territorium. Detta skall bevisas av denna medlemsstat från fall till fall.

8. Medlemsstaterna får endast vidta åtgärder enligt punkt 7 om samtliga villkor nedan uppfylls:

- (a) Den mottagande medlemsstaten uppmanar den medlemsstat där leverantören av medietjänster är etablerad att vidta åtgärder.
- (b) Den sistnämnda medlemsstaten vidtar inga sådana åtgärder.
- (c) Den förstnämnda medlemsstaten meddelar kommissionen och den medlemsstat där leverantören av medietjänster är etablerad att den avser att vidta sådana åtgärder.
- (d) Kommissionen fastställer att åtgärderna är förenliga med gemenskapslagstiftningen.

9. Varje åtgärd i enlighet med punkt 7 skall objektivt sett vara nödvändig, tillämpas på ett icke-diskriminerande sätt, vara ändamålsenlig med tanke på de mål som skall uppnås och får inte gå utöver vad som är nödvändigt för att uppnå dessa mål.

10. Kommissionen skall fatta sitt beslut inom tre månader från underrättelsen enligt punkt 8. Om kommissionen fastställer att åtgärderna inte är förenliga med gemenskapslagstiftningen, skall den berörda medlemsstaten avstå från att vidta de föreslagna åtgärderna.”

(4) Artikel 2a skall ändras på följande sätt:

(a) Punkt 1 skall ersättas med följande:

”1. Medlemsstaterna skall säkerställa fri mottagning och får inte begränsa vidaresändning inom sina territorier av audiovisuella medietjänster från andra medlemsstater av skäl som omfattas av samordningen genom detta direktiv.

(b) I punkt 2 skall ”artikel 22a” ersättas med ”artikel 3e”.

(5) Artikel 3 skall ersättas med följande:

*”Artikel 3*

1. Medlemsstaterna skall ha frihet att inom de områden som omfattas av detta direktiv föreskriva mer detaljerade eller striktare regler för de leverantörer av medietjänster som tillhör deras jurisdiktion.
2. Medlemsstaterna skall inom ramen för sin lagstiftning och på lämpligt sätt säkerställa att de leverantörer av medietjänster som tillhör deras jurisdiktion i praktiken uppfyller bestämmelserna i detta direktiv.

3. Medlemsstaterna skall främja system för samreglering inom de områden som samordnas genom detta direktiv. Dessa system skall utformas så att blir allmänt accepterade av de viktigaste aktörerna och säkrar en effektiv tillämpning.”

(6) Följande artiklar skall införas som artikel 3b-3h:

*”Artikel 3b*

1. När det gäller korta nyhetsinslag skall medlemsstaterna se till att programföretag som är etablerade i andra medlemsstater inte förvägras tillgång, på rättvisa, rimliga och icke-diskriminerande villkor, till händelser av stort allmänintresse som sänds av ett programföretag som tillhör deras jurisdiktion.
2. Programföretag har rätt att fritt välja korta nyhetsinslag från det sändande programföretagets signal, minimikravet är dock att källan anges.

*Artikel 3c*

Medlemsstaterna skall se till att leverantörer av audiovisuella medietjänster under deras jurisdiktion ser till att mottagarna av deras tjänster hela tiden har direkt tillgång till följande information, som skall vara lättillgänglig:

- (a) Namnet på leverantören av medietjänster.
- (b) Den geografiska adress där leverantören av medietjänster är etablerad.
- (c) Uppgifter om leverantören av medietjänster, t.ex. leverantörens e-postadress eller webbplats, så att det går att snabbt och effektivt få direkt kontakt med denne.
- (d) I tillämpliga fall, den behöriga tillsynsmyndigheten.

*Artikel 3d*

Medlemsstaterna skall vidta de åtgärder som är nödvändiga för att se till att audiovisuella medietjänster under deras jurisdiktion inte tillhandahålls på ett sådant sätt att det allvarligt kan skada den fysiska, mentala eller moraliska utvecklingen hos minderåriga.

*Artikel 3e*

Medlemsstaterna skall med lämpliga metoder se till att audiovisuella medietjänster och audiovisuell marknadskommunikation som tillhandahålls av leverantörer inom deras jurisdiktion inte på något sätt uppmanar till hets mot personer på grund av kön, ras eller etniskt ursprung, religion eller tro, funktionshinder, ålder eller sexuell läggning.

### *Artikel 3f*

1. Där så är praktiskt möjligt skall medlemsstaterna på lämpligt sätt se till att de leverantörer av medietjänster som tillhör deras jurisdiktion främjar produktionen av och tillgången till europeiska produktioner i den mening som avses i artikel 6.
2. Medlemsstaterna skall se till att leverantörer av medietjänster under deras jurisdiktion inte sänder biograffilmer under andra tidsperioder än som överenskommits med rättighetshavarna.
3. Medlemsstaterna skall senast vid utgången av det fjärde året från antagandet av det här direktivet och därefter vart tredje år, rapportera till kommissionen om genomförandet av de åtgärder som avses i punkt 1.
4. Kommissionen skall på grundval av de uppgifter som medlemsstaterna tillhandahåller, lämna en rapport till Europaparlamentet och rådet om tillämpningen av punkt 1, med beaktande av marknadsutvecklingen och den tekniska utvecklingen.

### *Artikel 3g*

Medlemsstaterna skall se till att audiovisuell marknads kommunikation som tillhandahålls av företag inom deras jurisdiktion uppfyller följande krav:

- (a) Den audiovisuella marknads kommunikationen måste vara klart identifierbar som sådan. Audiovisuell marknads kommunikation i form av smygreklam är förbjuden.
- (b) Den audiovisuella marknads kommunikationen får inte använda subliminal teknik.
- (c) Den audiovisuella marknads kommunikationen får inte
  - (i) diskriminera någon på grund av ras, kön eller nationalitet,
  - (ii) angripa religiös eller politisk övertygelse,
  - (iii) uppmuntra ett beteende som är skadligt för hälsa eller säkerhet,
  - (iv) uppmuntra ett beteende som är skadligt för miljön.
- (d) Det är förbjudet med alla former av audiovisuell marknads kommunikation för cigaretter och andra tobaksvaror.
- (e) Audiovisuell marknads kommunikation för alkoholhaltiga drycker får inte vara riktad till minderåriga och får inte uppmuntra överkonsumtion av sådana drycker.
- (f) Audiovisuell marknads kommunikation får inte orsaka moralisk eller fysisk skada hos minderåriga. Därför får den inte direkt direkt uppmuntra minderåriga



att köpa en produkt eller tjänst genom att utnyttja deras oerfarenhet eller godtrogenhet, direkt uppmuntra dem att övertala sina föräldrar eller någon annan att köpa en vara eller tjänst som ingår i reklamen, utnyttja det speciella förtroende minderåriga hyser för föräldrar, lärare eller andra personer eller utan skäl visa minderåriga i farliga situationer.

#### *Artikel 3h*

1. Audiovisuella medietjänster som sponsras eller innehåller produktplacering skall uppfylla följande krav:
    - (a) Programläggningen, i förekommande fall, och innehållet för sådana audiovisuella medietjänster får under inga förhållanden påverkas på ett sådant sätt att det inverkar på ansvaret och det redaktionella oberoendet för leverantören av medietjänster.
    - (b) De får inte direkt uppmuntra till inköp eller förhyrning av varor eller tjänster, särskilt inte genom särskilda säljfrämjande hänvisningar till dessa varor eller tjänster.
    - (c) Tittarna måste tydligt informeras om att det existerar ett sponsorsavtal eller att produktplacering pågår. Sponsrade program skall tydligt kunna identifieras som sådana genom att sponsorns namn, logotyp eller eventuell annan symbol (som en hänvisning till sponsorns produkt(er) eller tjänst(er) eller något annat kännetecken) visas på lämpligt sätt i början av programmet, under programmet och/eller i slutet av programmet. Program som innehåller produktplacering måste identifieras på lämpligt sätt i början av programmen för att undvika all osäkerhet hos tittaren.
  2. Audiovisuella medietjänster får inte sponsras av företag vars huvudsakliga verksamhet är tillverkning eller försäljning av cigaretter och andra tobaksvaror. Audiovisuella medietjänster får inte innehålla någon produktplacering av tobaksvaror eller cigaretter eller produktplacering från företag vars huvudsakliga verksamhet är tillverkning eller försäljning av cigaretter och andra tobaksvaror.
  3. Om företag, vars verksamhet omfattar tillverkning eller försäljning av medicinska produkter och medicinsk behandling, sponsrar audiovisuella medietjänster, får denna sponsring främja företagets namn eller anseende, men inte särskilda medicinska produkter eller medicinska behandlingar som är tillgängliga endast efter ordination i den medlemsstat under vars jurisdiktion leverantören av medietjänster hör.
  4. Nyhets- och samhällsprogram får inte sponsras och skall inte innehålla någon produktplacering. Audiovisuella medietjänster för barn och dokumentärer får inte innehålla någon produktplacering.”
- (7) Artikel 6 skall ändras på följande sätt:

(a) Punkt 1 c skall ersättas med följande:

”samproduktioner inom ramen för avtal inom den audiovisuella sektorn som ingått mellan Europeiska gemenskapen och tredjeländer och som uppfyller de villkor som fastställs i vart och ett av dessa avtal.”

(b) Punkt 3 skall utgå.

(c) Punkt 4 skall betecknas punkt 3.

(d) Punkt 5 skall utgå.

(8) Artikel 7 skall utgå.

(9) Artikel 10 skall ersättas med följande:

*”Artikel 10*

1. TV-reklam och teleshopping skall vara lätt igenkännliga som detta och på optiskt och/eller akustiskt sätt hållas åtskilda från andra delar av programmet.
2. Enstaka reklam- och teleshoppinginslag skall endast förekomma undantagsvis, utom i sportprogram.”

(10) Artikel 11 skall ersättas med följande:

*”Artikel 11*

1. När reklam och teleshopping infogas i programmen skall medlemsstaterna se till att detta inte påverkar programmets integritet eller rättighetshavarnas rättigheter.
2. Sändning av filmer producerade för TV (med undantag för TV-serier, program med lätt underhållning och dokumentärer), biograffilmer, barnprogram och nyhetsprogram får avbrytas av reklam och/eller teleshopping en gång varje 35-minutersperiod.

Ingen reklam eller teleshopping får infogas i sändningar från religiösa ceremonier.”

(11) Artiklarna 12 och 13 skall utgå.

(12) Artiklarna 16 och 17 skall utgå.

(13) Artikel 18 skall ersättas med följande:

*”Artikel 18*

1. Andelen korta reklamformer, som reklaminslag och teleshoppinginslag, får inte överstiga 20 % en given timme mellan hela klockslag.

2. Punkt 1 är inte tillämplig på programföretagets meddelanden som rör dess egna program och produkter med direkt koppling till dessa program, sponsorsmeddelanden och produktplacering.”

(14) Artikel 18a skall utgå.

(15) Artikel 19 skall ersättas med följande:

*”Artikel 19*

Bestämmelserna i detta direktiv skall i tillämpliga delar gälla för TV-sändningar som uteslutande ägnas åt reklam och teleshopping samt TV-sändningar som uteslutande ägnas åt egenreklam. Kapitel 3 samt artiklarna 11 (regler för infogande) och 18 (längd på reklaminslag och teleshopping) är inte tillämpliga på dessa sändningar.”

(16) Artikel 19a skall utgå.

(17) Artikel 20 skall ersättas med följande:

*”Artikel 20*

Utan att det påverkar tillämpningen av artikel 3 får medlemsstaterna, med vederbörlig hänsyn till gemenskapens lagstiftning, fastställa andra villkor än de som fastställs i artikel 11.2 och artikel 18 när det gäller sändningar som uteslutande är avsedda för det nationella territoriet och som inte kan tas emot, direkt eller indirekt, av allmänheten i en eller flera andra medlemsstater och när det gäller sändningar som endast når en obetydlig andel av tittarna.

(18) Artiklarna 22a och 22b skall utgå.

(19) Artikel 23a skall ändras på följande sätt:

I punkt 2 e skall ”TV-utsändningar” ersättas med ”audiovisuella medietjänster”.

(20) Följande artikel skall införas som artikel 23b:

*”Artikel 23b*

1. Medlemsstaterna skall garantera de nationella tillsynsmyndigheternas oberoende och se till att de utövar sina befogenheter på ett opartiskt och öppet sätt.
2. De nationella tillsynsmyndigheterna skall förse varandra och kommissionen med den information som är nödvändig för tillämpningen av bestämmelserna i det här direktivet.”

(21) Artikel 25 och 25a skall utgå.

(22) Artikel 26 skall ersättas med följande:

## ”Artikel 26

Enligt artikel [...] i direktivet skall kommissionen, senast den [...] och därefter varannat år, lämna en rapport till Europaparlamentet, rådet och Europeiska ekonomiska och sociala kommittén om genomförandet av detta direktiv i dess senaste lydelse och, om nödvändigt, utarbeta ytterligare förslag för att anpassa det till utvecklingen i fråga om audiovisuella medietjänster, särskilt mot bakgrund av den senaste tekniska utvecklingen och sektorns konkurrenskraft.”

## Artikel 2

Förordning (EG) nr 2006/2004<sup>23</sup> skall ändras på följande sätt:

Punkt 4 i bilagan ”Direktiv och förordningar som omfattas av artikel 3 a” till förordningen skall ersättas med följande:

”4. Rådets direktiv 89/552/EEG av den 3 oktober 1989 om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television: Artikel 3g-3h<sup>24</sup> och artiklarna 10-20<sup>25</sup>. Direktivet senast ändrat genom Europaparlamentets och rådets direktiv .../.../EG<sup>26</sup>.”

## Artikel 3

1. Medlemsstaterna skall sätta i kraft de lagar och andra författningar som är nödvändiga för att följa detta direktiv senast den [...] De skall genast överlämna texterna till dessa bestämmelser till kommissionen tillsammans med en jämförelsetabell för dessa bestämmelser och bestämmelserna i detta direktiv.

När en medlemsstat antar dessa bestämmelser skall de innehålla en hänvisning till detta direktiv eller åtföljas av en sådan hänvisning när de offentliggörs. Närmare föreskrifter om hur hänvisningen skall göras skall varje medlemsstat själv utfärda.

2. Medlemsstaterna skall till kommissionen överlämna texten till de centrala bestämmelser i nationell lagstiftning som de antar inom det område som omfattas av detta direktiv.

## Artikel 4

Detta direktiv träder i kraft dagen efter det att det har offentliggjorts i *Europeiska unionens officiella tidning*.

---

<sup>23</sup> EUT L 364, 9.12.2004, s. 1.

<sup>24</sup> EUT L xxxx, s. xxx.

<sup>25</sup> EGT L 298, 17.10.1989, s. 23.

<sup>26</sup> EUT L xxxx, s. xxx.

*Artikel 5*

Detta direktiv riktar sig till medlemsstaterna.

Utfärdat i Bryssel den,

*På Europaparlamentets vägnar*  
*Ordförande*

*På rådets vägnar*  
*Ordförande*