

Procedure file

Informations de base	
COD - Procédure législative ordinaire (ex-procedure de codécision) Directive	Procédure terminée 2016/0151(COD)
Services de médias audiovisuels: évolution des réalités du marché Modification Directive 2010/13/EU 2009/0056(COD)	
Sujet 3.30.01 Industrie et services audiovisuels 3.30.02 Télévision, câble, numérique, mobile 3.30.06 Technologies de l'information et de la communication, technologies numériques 3.30.08 Presse, liberté et pluralisme des médias 3.30.25 Réseaux mondiaux et société de l'information, internet 4.45.06 Patrimoine et cultures, circulation des oeuvres d'art 4.60.02 Information du consommateur, publicité, étiquetage	
Priorités législatives Déclaration commune 2017 Déclaration commune 2018-19	

Acteurs principaux			
Parlement européen	Commission au fond	Rapporteur(e)	Date de nomination
	CULT Culture et éducation	 VERHEYEN Sabine	09/06/2016
		 KAMMEREVERT Petra	09/06/2016
		Rapporteur(e) fictif/fictive	
		 DZHAMBAZKI Angel	
		 TOOM Yana	
		 TRÜPEL Helga	
		 ADINOLFI Isabella	
		 BILDE Dominique	
		Commission pour avis	Rapporteur(e) pour avis
	FEMM Droits de la femme et égalité des genres	La commission a décidé de ne pas donner d'avis.	
	ENVI Environnement, santé publique et sécurité alimentaire		14/07/2016
		 DORFMANN Herbert	
	EMPL Emploi et affaires sociales	La commission a décidé de ne pas donner d'avis.	

	IMCO Marché intérieur et protection des consommateurs		17/06/2016
		 MCCLARKIN Emma	
	JURI Affaires juridiques		13/09/2016
		 BUDA Daniel	
	ECON Affaires économiques et monétaires	La commission a décidé de ne pas donner d'avis.	
LIBE Libertés civiles, justice et affaires intérieures		05/09/2016	
	 MLINAR Angelika		
ITRE Industrie, recherche et énergie	La commission a décidé de ne pas donner d'avis.		
Conseil de l'Union européenne	Formation du Conseil	Réunion	Date
	Affaires économiques et financières ECOFIN	3646	06/11/2018
	Education, jeunesse, culture et sport	3502	21/11/2016
Commission européenne	Education, jeunesse, culture et sport	3471	30/05/2016
	DG de la Commission	Commissaire	
	Réseaux de communication, contenu et technologies	ANSIP Andrus	

Evénements clés			
25/05/2016	Publication de la proposition législative	COM(2016)0287	Résumé
30/05/2016	Débat au Conseil	3471	
09/06/2016	Annonce en plénière de la saisine de la commission, 1ère lecture		
21/11/2016	Débat au Conseil	3502	
25/04/2017	Vote en commission, 1ère lecture		
25/04/2017	Décision de la commission parlementaire d'ouvrir des négociations interinstitutionnelles à travers d'un rapport adopté en commission		
10/05/2017	Dépôt du rapport de la commission, 1ère lecture	A8-0192/2017	Résumé
15/05/2017	Décision de la commission parlementaire d'engager des négociations interinstitutionnelles annoncée en plénière (Article 71)		
18/05/2017	Résultat du vote au parlement		
18/05/2017	Décision de la commission parlementaire d'engager des négociations interinstitutionnelles confirmée par la plénière (Article 71 - vote)		
10/07/2018	Approbation en commission du texte adopté en négociations interinstitutionnelles de la 1ère lecture	PE625.433 GEDA/A/(2018)005158	
02/10/2018	Décision du Parlement, 1ère lecture	T8-0364/2018	Résumé
	Adoption de l'acte par le Conseil après la		

06/11/2018	1ère lecture du Parlement		
14/11/2018	Signature de l'acte final		
14/11/2018	Fin de la procédure au Parlement		
28/11/2018	Publication de l'acte final au Journal officiel		

Informations techniques

Référence de procédure	2016/0151(COD)
Type de procédure	COD - Procédure législative ordinaire (ex-procedure codécision)
Sous-type de procédure	Législation
Instrument législatif	Directive
	Modification Directive 2010/13/EU 2009/0056(COD)
Base juridique	Traité sur le fonctionnement de l'UE TFEU 153-p1; Traité sur le fonctionnement de l'UE TFEU 062
Etape de la procédure	Procédure terminée
Dossier de la commission parlementaire	CULT/8/06764

Portail de documentation

Document de base législatif		COM(2016)0287	25/05/2016	EC	Résumé
Document annexé à la procédure		SWD(2016)0168	26/05/2016	EC	
Document annexé à la procédure		SWD(2016)0169	26/05/2016	EC	
Document annexé à la procédure		SWD(2016)0170	26/05/2016	EC	
Document annexé à la procédure		SWD(2016)0171	26/05/2016	EC	
Projet de rapport de la commission		PE587.655	15/09/2016	EP	
Comité économique et social: avis, rapport		CES3427/2016	19/10/2016	ESC	
Amendements déposés en commission		PE589.372	27/10/2016	EP	
Amendements déposés en commission		PE592.326	27/10/2016	EP	
Amendements déposés en commission		PE592.349	27/10/2016	EP	
Amendements déposés en commission		PE592.350	27/10/2016	EP	
Comité des régions: avis		CDR4093/2016	07/12/2016	CofR	
Avis de la commission	IMCO	PE589.291	19/12/2016	EP	
Avis de la commission	JURI	PE589.491	16/01/2017	EP	
Avis de la commission	ENVI	PE592.287	01/02/2017	EP	
Avis de la commission	LIBE	PE593.952	03/02/2017	EP	
Rapport déposé de la commission, 1ère lecture/lecture unique		A8-0192/2017	10/05/2017	EP	Résumé
Lettre de Coreper confirmant l'accord interinstitutionnel		GEDA/A/(2018)005158	13/06/2018	CSL	
Texte convenu lors des négociations		PE625.433	13/06/2018	EP	

interinstitutionnelles					
Texte adopté du Parlement, 1ère lecture/lecture unique		T8-0364/2018	02/10/2018	EP	Résumé
Projet d'acte final		00033/2018/LEX	14/11/2018	CSL	
Réaction de la Commission sur le texte adopté en plénière		SP(2018)755	21/11/2018	EC	

Informations complémentaires

Document de recherche

[Briefing](#)

Acte final

[Directive 2018/1808](#)
[JO L 303 28.11.2018, p. 0069](#) Résumé

Services de médias audiovisuels: évolution des réalités du marché

OBJECTIF : modifier la directive 2010/13/UE visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive «SMA») compte tenu de l'évolution des réalités du marché.

ACTE PROPOSÉ : Directive du Parlement européen et du Conseil.

RÔLE DU PARLEMENT EUROPÉEN : le Parlement européen décide conformément à la procédure législative ordinaire sur un pied d'égalité avec le Conseil.

CONTEXTE : la dernière modification de fond de la directive 89/552/CEE du Conseil, ultérieurement codifiée par la [directive 2010/13/UE](#) du Parlement européen et du Conseil sur les services de médias audiovisuels (directive «SMA»), a été introduite en 2007 par l'adoption de la directive 2007/65/CE du Parlement européen et du Conseil.

Depuis lors, le marché des services de médias audiovisuels a évolué de manière rapide et conséquente en raison de la convergence croissante entre la télévision et les services distribués par l'internet. De plus en plus, les consommateurs utilisent des téléviseurs et appareils portables intelligents/connectés pour accéder à du contenu à la demande. Les jeunes, en particulier, regardent sur l'internet des vidéos, y compris du contenu créé par les utilisateurs.

Dans l'UE, les services de radiodiffusion classiques continuent d'occuper une place importante en termes d'audience, de recettes publicitaires et d'investissement dans le contenu (environ 30% des recettes). Toutefois, de nouveaux modèles économiques font leur apparition.

Soulignant la valeur ajoutée constante de l'intervention de l'UE, la Commission note que la dimension européenne du marché de l'audiovisuel se renforce constamment, en particulier en raison de la croissance de l'économie numérique et du fait que les chaînes de télévision sont de plus en plus internationales :

- fin 2013, 5.141 chaînes de télévision existaient dans l'UE. Sur ce total, 1.989 visaient des marchés étrangers (UE ou hors UE). La part de ces dernières est passée de 28% en 2009 à 38% en 2013 ;
- en ce qui concerne les services de vidéo à la demande, en moyenne 31% de ces services disponibles dans un État membre sont établis dans un autre pays de l'UE (2015).

La [stratégie pour un marché unique numérique en Europe](#) prône une modernisation de la directive «services de médias audiovisuels» (directive SMA) afin de refléter ces évolutions du marché et de la consommation et les progrès technologiques. Conformément à cet engagement et aux exigences relatives au «mieux légiférer», la Commission a réalisé une évaluation ex post (également baptisée «REFIT») de la valeur ajoutée pour l'UE de la directive SMA, et mis en lumière les domaines dans lesquels une simplification était possible sans compromettre les objectifs de la directive.

ANALYSE D'IMPACT : la combinaison des options privilégiées devrait permettre de concilier au mieux la nécessité d'introduire une certaine souplesse en ce qui concerne le niveau actuel de réglementation et celle de garantir une protection adéquate des consommateurs :

- le secteur d'activité bénéficiera des règles quantitatives plus souples en matière de communications commerciales. Une plus grande efficacité dans l'application du principe du pays d'origine et des exigences d'indépendance des instances de régulation améliorera l'environnement commercial dans lequel les entreprises de l'audiovisuel exercent leurs activités.
- les consommateurs i) bénéficieront d'un niveau de protection élevé grâce à l'extension limitée du champ d'application de la directive SMA aux plateformes de partage de vidéos et grâce au renforcement des exigences applicables aux services à la demande en ce qui concerne la protection des mineurs ; ii) bénéficieront aussi d'un accès plus large aux œuvres européennes dans le cadre des services à la demande.

Toutes les options prennent en compte, le cas échéant, le besoin de souplesse des entreprises du secteur en envisageant la possibilité d'une mise en œuvre par voie d'autorégulation et/ou de corégulation.

CONTENU : la présente proposition vise à modifier la directive 2010/13/UE de façon à prendre en considération les changements intervenus

dans le paysage audiovisuel depuis la dernière révision afin de garantir que la directive SMA fournit un cadre juridique modernisé, souple et tourné vers l'avenir. Les principaux éléments de la directive modifiée seraient les suivants :

Principe du pays d'origine pour les fournisseurs de services de médias audiovisuels : ce principe serait conservé et renforcé grâce à la simplification des règles de détermination du pays compétent et à l'amélioration des mécanismes de dérogation s'appliquant à des exceptions.

Harmonisation minimale : la directive modifiée continuerait de reposer sur une harmonisation minimale, mais l'indépendance des instances de régulation de l'audiovisuel serait renforcée pour répondre à un besoin d'harmonisation plus poussée.

La proposition renforce le rôle du Groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA) en lui assignant un plus grand nombre de tâches dans le cadre de son activité de conseil et d'assistance auprès de la Commission dans la mise en œuvre cohérente de la directive dans l'ensemble des États membres.

Protection des mineurs : la proposition prévoit l'alignement des normes de protection applicables à la radiodiffusion télévisuelle et aux services à la demande. Elle exige que les programmes susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs soient accessibles de telle manière que les mineurs ne puissent normalement pas entendre ni voir ces programmes, qu'ils soient proposés par des radiodiffuseurs ou par des fournisseurs de services de médias à la demande.

Promotion des œuvres européennes : la proposition crée des conditions plus équitables en imposant aux services à la demande de réserver au moins 20% de leurs catalogues aux œuvres européennes et de mettre celles-ci en avant de manière adéquate.

Les États membres pourraient également imposer des contributions financières aux services à la demande relevant de leur compétence ainsi que, sous certaines conditions, à ceux qui sont établis dans un autre État membre mais ciblent leur public national. Afin de permettre l'entrée sur le marché de nouveaux acteurs, cette obligation ne s'appliquerait pas aux sociétés sans présence significative sur le marché et ayant un chiffre d'affaires limité.

Équilibre entre compétitivité et protection des consommateurs : la proposition introduit davantage de flexibilité en matière de parrainage et de placement de produit pour tous les services de médias audiovisuels et renforce la flexibilité pour la radiodiffusion télévisuelle.

La limite horaire serait remplacée par une limitation journalière de 20% de publicité au cours de la période comprise entre 7h et 23h. Les films conçus pour la télévision, les œuvres cinématographiques et les programmes d'information pourraient être interrompus plus souvent et des spots isolés seraient autorisés.

Par ailleurs, la proposition renforce les dispositions visant à protéger les mineurs des communications commerciales audiovisuelles inappropriées portant sur des aliments riches en graisses, en sel/sodium et en sucres et sur des boissons alcooliques, si besoin est en encourageant l'établissement de codes déontologiques au niveau de l'UE.

Champ d'application : celui-ci serait étendu afin de couvrir, à certains égards, les plateformes de partage de vidéos qui n'assument pas la responsabilité éditoriale du contenu qu'elles accueillent mais qui organisent ce contenu par divers moyens.

Fournisseurs de plateformes de partage de vidéos : dans leurs domaines de responsabilité, les fournisseurs devraient mettre en place, de préférence au moyen de la corégulation, les mesures qui s'imposent pour: i) protéger les mineurs contre les contenus préjudiciables; et ii) protéger l'ensemble des citoyens contre les incitations à la violence ou à la haine. La proposition établit le contenu de ces mesures.

Les États membres resteraient liés par les dispositions de la [directive «e-commerce»](#). Dès lors, ils ne seraient pas autorisés à imposer aux fournisseurs une obligation générale de surveillance des contenus ou de recherche active de faits, sans pour autant exclure la possibilité d'imposer des exigences en matière de surveillance dans des cas spécifiques.

Ceci serait également sans préjudice de la [directive 2011/93/UE](#), qui oblige les États membres à prendre des mesures contre les sites internet contenant ou diffusant de la pédopornographie.

Fourniture de services de la société de l'information à partir d'un autre État membre : la directive «e-commerce» prévoit l'application du principe du pays d'origine, sous réserve d'un certain nombre d'exceptions. Ce système continuerait à s'appliquer aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos.

La proposition vise à garantir que les mêmes règles s'appliquent également aux fournisseurs qui n'ont pas d'établissement dans un État membre, mais dont une société mère, une filiale ou une autre entreprise du même groupe y a un établissement.

Enfin, la Commission faciliterait la coordination des codes déontologiques au niveau de l'UE, avec l'assistance de l'ERGA. En outre, un mécanisme de plainte et de recours serait prévu au niveau national.

Services de médias audiovisuels: évolution des réalités du marché

La commission de la culture et de l'éducation a adopté le rapport de Sabine VERHEYEN (PPE, DE) et Petra KAMMEREVERT (S&D, DE) sur la proposition de directive du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 2010/13/UE visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels, compte tenu de l'évolution des réalités du marché.

La commission parlementaire a recommandé que la position du Parlement européen adoptée en première lecture, conformément à la procédure législative ordinaire, modifie la proposition de la Commission comme suit:

Objectif et champ d'application de la directive: les députés ont préconisé de renforcer les dispositions relatives à la protection de l'enfance en ce qui concerne les règles européennes sur les services de médias audiovisuels, ainsi que celles relatives à la publicité et à la promotion des œuvres audiovisuelles européennes. Ils ont cherché à améliorer les règles actuelles en matière de convergence croissante des marchés et des technologies des médias en Europe. Cette convergence des médias nécessite un cadre juridique actualisé afin de refléter l'évolution du marché et de parvenir à un équilibre entre l'accès aux services de contenu en ligne, la protection des consommateurs et la compétitivité.

La portée de la directive serait étendue aux services traditionnels de radiodiffusion et aux services à la demande, mais également aux services de plateforme de partage de vidéos ainsi qu'aux vidéos générées par les utilisateurs. Les députés ont proposé d'étendre la définition du «programme» pour inclure des programmes familiaux tels que des programmes de divertissement et de télé-réalité, qui sont regardés par

des adultes et des enfants.

Afin d'aligner les dispositions relatives à ces services et de créer des conditions de concurrence véritablement égales, le chapitre I a été restructuré. Certains articles concernant, entre autres: l'incitation à la violence ou à la haine, la protection des mineurs face aux contenus préjudiciables, les communications commerciales audiovisuelles, le parrainage, la co-régulation, l'autoréglementation et les codes de conduite ont été fusionnés.

Protection des mineurs et quotas: les députés ont proposé d'interdire la publicité et le placement de produits pour le tabac, les cigarettes électroniques et l'alcool dans les programmes télévisés et sur les plateformes de partage de vidéos pour enfants.

La diffusion de programmes pour enfants pourrait être interrompue par la publicité télévisée une fois par tranche programmée de 30 minutes au moins, à condition que la durée du programme soit supérieure à 30 minutes. La diffusion de programmes de télé-achat serait interdite pendant les programmes pour enfants.

Les États membres resteraient libres de définir une horloge de grande écoute, dont la durée ne devrait pas excéder une période de quatre heures consécutives. À l'intérieur de cette horloge de grande écoute, la proportion de sites publicitaires télévisés et de spots de télé-achat ne devrait pas dépasser 20%.

Règles de publicité quantitatives, communications commerciales et placement de produits: les députés sont davis qu'il convient de faire preuve d'une plus grande flexibilité pour ce qui est des règles quantitatives en matière de publicité. Ils ont estimé qu'il était important pour les radiodiffuseurs de disposer de plus de souplesse et de pouvoir décider quand placer la publicité afin de maximiser la demande des annonceurs et le flux des téléspectateurs.

Pour la publicité à la télévision, les députés ont convenu de nouvelles règles imposant un quota maximum de 20% par jour, offrant aux diffuseurs la flexibilité d'ajuster les périodes publicitaires.

Les communications commerciales relatives aux boissons alcoolisées, aux tabacs et aux médicaments devraient continuer à être limitées. Aucune publicité spot de télévisée ou télé-achat ne devrait être inséré pendant les programmes religieux. Les spots isolés de publicité et de télé-achat seraient admissibles dans les événements sportifs.

Les limites imposées aux communications commerciales relatives à la nutrition devraient être fixées dans les codes déontologiques afin d'améliorer le niveau de protection. Ces codes de conduite devraient viser à réduire l'exposition des enfants aux communications commerciales audiovisuelles pour ces aliments et boissons.

Promotion des uvres audiovisuelles européennes: afin de refléter la diversité culturelle de l'Europe, les députés ont proposé un quota de contenu européen de 30% pour les plateformes à la demande, au lieu des 20% proposés par la Commission européenne.

Les États membres pourraient exiger que les fournisseurs de services de médias audiovisuels à la demande contribuent financièrement à la production d'uvres européennes en tenant compte de la diversité culturelle et linguistique de la zone territoriale dans laquelle ils se trouvent en investissant directement dans le contenu ou en contribuant aux fonds nationaux.

Groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA): tout en se félicitant de la contribution de l'ERGA en tant qu'instance de consultation et d'information, les députés ont suggéré que le comité de contact dispose d'une compétence décisionnelle exclusive, y compris sur les avis rédigés par l'ERGA.

Services de médias audiovisuels: évolution des réalités du marché

Le Parlement européen a adopté par 452 voix pour, 132 contre et 65 abstentions, une résolution législative sur la proposition de directive du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 2010/13/UE visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels, compte tenu de l'évolution des réalités du marché.

La position du Parlement européen adoptée en première lecture suivant la procédure législative ordinaire a modifié la proposition de la Commission comme suit:

Objet et champ d'application: la présente proposition vise à modifier la directive 2010/13/UE de façon à prendre en considération les changements intervenus dans le paysage audiovisuel et notamment la convergence qui s'établit entre la télévision et les services internet. La législation actualisée s'appliquerait à tous les diffuseurs, mais également aux plateformes de vidéo à la demande et de partage de vidéos en ligne ainsi qu'aux services de médias sociaux si la fourniture de programmes et de vidéos créées par l'utilisateur en constitue une fonctionnalité essentielle.

Protection des mineurs: les services de plateformes de partage de vidéos fournissent un contenu audiovisuel qui est de plus en plus consulté par le grand public, en particulier les jeunes. La protection des mineurs et de tous les utilisateurs à l'égard des contenus préjudiciables ainsi que des discours incitant à la haine, à la violence et au terrorisme serait améliorée par l'instauration d'une responsabilité claire pour les plateformes de partage de vidéos. Les contenus les plus préjudiciables, tels que la pornographie et la violence gratuite, feraient l'objet des mesures les plus strictes.

Les plateformes de partage de vidéos devraient prévoir: i) des mécanismes transparents et conviviaux permettant aux utilisateurs d'une plateforme de signaler les contenus nuisibles; ii) des systèmes permettant aux fournisseurs de plateformes d'expliquer aux utilisateurs quelle suite a été donnée aux signalisations; iii) des procédures transparentes et faciles à utiliser pour le traitement et la résolution des réclamations des utilisateurs; iv) des mesures et des outils d'éducation aux médias efficaces.

Le texte amendé impose des mesures visant à assurer que les données à caractère personnel de mineurs collectées par les fournisseurs de médias audiovisuels ne soient pas utilisées pour un usage commercial, notamment pour le démarchage, le profilage et la publicité comportementale.

Les États membres seraient également à même de prendre des mesures par l'intermédiaire de leurs autorités de régulation nationales de l'audiovisuel contre les opérateurs qui ne respectent pas les règles. La directive révisée améliorerait la coopération entre les autorités des États membres en matière d'audiovisuel en renforçant le Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA) et

en définissant son rôle dans la législation de l'UE.

Accessibilité: les États membres devraient veiller à ce que les services fournis par les fournisseurs de services de médias relevant de leur compétence soient continuellement et progressivement rendus plus accessibles aux personnes handicapées. Les fournisseurs de services seraient encouragés élaborer des plans d'action en matière d'accessibilité. Ces plans d'action devraient être communiqués aux autorités ou organismes de régulation nationaux.

Publicité: selon les nouvelles règles, la diffusion des films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons et documentaires), des œuvres cinématographiques et des journaux télévisés pourrait être interrompue par de la publicité télévisée, du téléachat, ou les deux, une fois par tranche programmée de 30 minutes au moins. La diffusion de séquences de téléachat serait interdite pendant les programmes pour enfants.

La publicité devrait représenter un maximum de 20% du temps d'antenne entre 6 heures et 18 heures. Durant la période comprise entre 18 et 24 heures, la publicité ne pourrait pas excéder 20% du temps d'antenne. Les programmes ne devraient en aucun cas comporter de placement de produit de cigarettes et d'autres produits du tabac, ainsi que de cigarettes électroniques et de flacons de recharge.

Diversité culturelle: en vue de favoriser les contenus européens, les fournisseurs de services de médias audiovisuels à la demande devraient veiller à ce qu'au moins 30% de leurs catalogues soient composés de contenus européens et que ceux-ci soient suffisamment mis en valeur.

En vue de contribuer au développement des productions audiovisuelles européennes, les États membres pourraient exiger une participation financière de la part des fournisseurs de services de télévision et de médias à la demande, notamment ceux établis dans un autre État membre. Ces obligations ne s'appliqueraient pas aux fournisseurs de services de médias qui ont un chiffre d'affaires peu élevé ou une faible audience.

Transparence et pluralisme des médias: selon la directive révisée, les États membres devraient pouvoir déterminer s'il convient que les utilisateurs aient accès aux informations relatives à la structure de propriété d'un fournisseur de services de médias, et si oui, dans quelle mesure, pour autant que l'essence des libertés et des droits fondamentaux concernés soit respectée et que ces mesures soient nécessaires et proportionnées. Il appartiendrait à chaque État membre de prendre une décision en ce qui concerne les informations pouvant être communiquées sur la structure de propriété et les bénéficiaires effectifs.

Services de médias audiovisuels: évolution des réalités du marché

OBJECTIF: modifier la directive 2010/13/UE visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive «SMA») compte tenu de l'évolution des réalités du marché.

ACTE LÉGISLATIF: Directive (UE) 2018/1808 du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 2010/13/UE visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive «Services de médias audiovisuels»), compte tenu de l'évolution des réalités du marché.

CONTENU: la présente directive modifie la [directive 2010/13/UE](#) de façon à prendre en considération les changements intervenus dans le paysage audiovisuel et notamment la convergence qui s'établit entre la télévision et les services internet.

Conditions équitables pour tous les opérateurs

La législation actualisée s'appliquera à tous les diffuseurs, mais également aux plateformes de vidéo à la demande et de partage de vidéos en ligne ainsi qu'aux services de médias sociaux si la fourniture de programmes et de vidéos créées par l'utilisateur en constitue une fonctionnalité essentielle. Elle garantira ainsi des conditions égales pour tous entre le secteur de la radiodiffusion classique et les nouveaux services.

La directive garantit la flexibilité, les États membres étant en mesure d'adapter les règles aux conditions nationales et même d'en adopter de plus strictes s'ils le souhaitent.

Protection accrue des consommateurs, en particulier des mineurs

La protection des mineurs et de tous les utilisateurs à l'égard des contenus violents ou préjudiciables ainsi que des discours haineux sera améliorée par l'instauration d'une responsabilité claire pour les plateformes de partage de vidéos. Les contenus les plus préjudiciables, tels que la pornographie et la violence gratuite, feront l'objet des mesures les plus strictes comme le cryptage et l'emploi d'outils de contrôle parental effectifs.

Les fournisseurs de services de médias devront fournir des informations suffisantes sur les contenus susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs. Ces informations pourront être fournies, par exemple, au moyen d'un système de descripteurs de contenu, d'un avertissement sonore, d'un symbole visuel ou de tout autre moyen, décrivant la nature du contenu.

Les plateformes de partage de vidéos devront prévoir des mécanismes transparents et conviviaux permettant aux utilisateurs d'une plateforme de signaler les contenus nuisibles.

La directive modificative impose des mesures visant à assurer que les données à caractère personnel de mineurs collectées par les fournisseurs de médias audiovisuels ne soient pas utilisées pour un usage commercial, notamment pour le démarchage, le profilage et la publicité comportementale.

De plus, les services fournis par les fournisseurs de services de médias relevant de leur compétence seront continuellement et progressivement rendus plus accessibles aux personnes handicapées.

Les États membres seront à même de prendre des mesures par l'intermédiaire de leurs autorités de régulation nationales de l'audiovisuel contre les opérateurs qui ne respectent pas les règles.

Liberté d'expression, pluralisme des médias, diversité culturelle

Toute mesure prise par les États membres en application de la directive devra respecter la liberté d'expression et d'information, le pluralisme

des médias ainsi que la diversité culturelle et linguistique.

Les fournisseurs de services de médias audiovisuels à la demande devront veiller à ce qu'au moins 30% de leurs catalogues soient composés de contenus européens et que ceux-ci soient suffisamment mis en avant.

En vue de contribuer au développement des productions audiovisuelles européennes, les États membres pourront exiger une participation financière de la part des fournisseurs de services de télévision et de médias à la demande, notamment ceux établis dans un autre État membre. Des exceptions sont prévues pour faciliter les choses aux jeunes pousses et aux petites entreprises.

Afin de renforcer la liberté d'expression et de promouvoir le pluralisme des médias et d'éviter les conflits d'intérêts, les États membres devront veiller à ce que les utilisateurs disposent à tout moment d'un accès aisé et direct aux informations concernant les fournisseurs de services de médias.

Publicité

Selon les nouvelles règles, la diffusion des films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons et documentaires), des uvres cinématographiques et des journaux télévisés pourra être interrompue par de la publicité télévisée, du téléachat, ou les deux, une fois par tranche programmée de 30 minutes au moins.

La diffusion des programmes pour enfants pourra être interrompue par de la publicité télévisée une fois par tranche programmée de 30 minutes au moins, à condition que la durée programmée du programme soit supérieure à 30 minutes. La diffusion de séquences de téléachat sera interdite pendant les programmes pour enfants.

La publicité devra représenter un maximum de 20% du temps d'antenne entre 6 heures et 18 heures. Durant la période comprise entre 18 et 24 heures, la publicité ne pourrait pas excéder 20% du temps d'antenne.

La publicité ne devra pas i) utiliser de techniques subliminales, ii) porter atteinte à la dignité humaine, iii) comporter de discrimination fondée sur le sexe, l'origine raciale ou ethnique, la nationalité, la religion ou les convictions, un handicap, l'âge ou l'orientation sexuelle, ou encore iv) encourager des comportements préjudiciables à la santé ou à la sécurité. Les programmes ne devront en aucun cas comporter de placement de produit de cigarettes et d'autres produits du tabac, ainsi que de cigarettes électroniques et de flacons de recharge.

ENTRÉE EN VIGUEUR : 18.12.2018

TRANSPOSITION : au plus tard le 19.9.2019