

COM(2022) 457 final

ASSEMBLÉE NATIONALE

SÉNAT

Reçu à la Présidence de l'Assemblée nationale
le 19 octobre 2022

Enregistré à la Présidence du Sénat
le 19 octobre 2022

TEXTE SOUMIS EN APPLICATION DE L'ARTICLE 88-4 DE LA CONSTITUTION

PAR LE GOUVERNEMENT,
À L'ASSEMBLÉE NATIONALE ET AU SÉNAT.

**Proposition de RÈGLEMENT DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL
établissant un cadre commun pour les services de médias dans le marché intérieur
(législation européenne sur la liberté des médias) et modifiant la directive 2010/13/UE**

Bruxelles, le 19 septembre 2022
(OR. en)

12413/22

**Dossier interinstitutionnel:
2022/0277(COD)**

AUDIO 86
CODEC 1314
DIGIT 166
MI 668
DISINFO 72
FREMP 183
COMPET 712
EDPS 1
DATAPROTECT 256
JAI 1194
SERVICES 18
POLGEN 121

NOTE DE TRANSMISSION

Origine:	Pour la secrétaire générale de la Commission européenne, Madame Martine DEPREZ, directrice
Date de réception:	16 septembre 2022
Destinataire:	Secrétariat général du Conseil
N° doc. Cion:	COM(2022) 457 final
Objet:	Proposition de RÈGLEMENT DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL établissant un cadre commun pour les services de médias dans le marché intérieur (législation européenne sur la liberté des médias) et modifiant la directive 2010/13/UE

Les délégations trouveront ci-joint le document COM(2022) 457 final.

p.j.: COM(2022) 457 final



Bruxelles, le 16.9.2022
COM(2022) 457 final

2022/0277 (COD)

Proposition de

RÈGLEMENT DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL

**établissant un cadre commun pour les services de médias dans le marché intérieur
(législation européenne sur la liberté des médias) et modifiant la directive 2010/13/UE**

(Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)

{SEC(2022) 322 final} - {SWD(2022) 286 final} - {SWD(2022) 287 final}

EXPOSÉ DES MOTIFS

1. CONTEXTE DE LA PROPOSITION

• Justification et objectifs de la proposition

Le présent exposé des motifs accompagne la proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil établissant un cadre commun pour les services de médias dans le marché intérieur (ci-après la «législation européenne sur la liberté des médias»). Cette proposition met en œuvre l'engagement politique pris par la présidente von der Leyen, qui avait annoncé l'initiative dans son discours sur l'état de l'Union de 2021. La présidente avait alors insisté sur le rôle de l'information en tant que bien public, en reconnaissant que les médias ne sont pas des entreprises comme les autres et que leur indépendance devait être protégée au niveau de l'Union¹. Cette initiative figure dans le programme de travail de la Commission pour 2022².

Le secteur des médias fait partie de l'écosystème industriel culturel et créatif³, l'un des 14 écosystèmes industriels essentiels à une reprise inclusive et durable ainsi qu'à la double transition (écologique et numérique) de l'économie de l'UE. Parallèlement, les services de médias ne constituent pas seulement un secteur économique important et dynamique, mais jouent aussi un rôle capital pour assurer une sphère citoyenne saine et garantir les libertés économiques et les droits fondamentaux, y compris l'égalité⁴. Les médias indépendants, et en particulier les médias d'information, fournissent un accès à une pluralité d'opinions et représentent des sources fiables d'informations tant pour les citoyens que pour les entreprises. Ils contribuent à façonner l'opinion publique et aident les citoyens et les entreprises à se faire un avis et à prendre des décisions en toute connaissance de cause. Ils jouent un rôle crucial dans la préservation de l'intégrité de l'espace européen de l'information et sont essentiels au fonctionnement de nos sociétés et économies démocratiques. Grâce aux technologies numériques, il est de plus en plus possible d'accéder aux services de médias par-delà les frontières et par différents moyens, tandis que la concurrence dans l'espace médiatique numérique s'internationalise toujours plus. L'Union européenne est d'ores et déjà une référence mondiale dans ce domaine, et la présente proposition renforcera et organisera encore plus l'espace européen de l'information.

Dans ce contexte, la présente proposition vise à résoudre une série de problèmes affectant le fonctionnement du marché intérieur des services de médias et les activités des fournisseurs de tels services. En particulier, les entreprises de médias sont confrontées à des obstacles qui freinent leurs activités et ont des conséquences sur leurs conditions d'investissement dans le marché intérieur, tels que des règles et procédures nationales différentes en ce qui concerne la liberté et le pluralisme des médias. Ces règles incluent notamment la surveillance des concentrations sur les marchés à des fins de protection du pluralisme des médias et des mesures protectionnistes affectant le fonctionnement des entreprises de médias. Ces règles ont entraîné une fragmentation dans le marché intérieur, qui a des répercussions sur la sécurité juridique des acteurs sur le marché des médias et engendre des coûts supplémentaires pour les entreprises actives au niveau transfrontière.

¹ Discours sur l'état de l'Union 2021 de la présidente von der Leyen, Strasbourg, 15 septembre 2021.

² COM(2021) 645 final.

³ COM/2021/350 final et SWD/2021/351 final.

⁴ En outre, les services de médias devraient être fournis conformément aux exigences en matière d'accessibilité établies par la directive 2019/882 (ci-après l'«acte législatif européen sur l'accessibilité») (JO L 151 du 7.6.2019, p. 70).

La situation est rendue encore plus compliquée par une coopération insuffisante entre les autorités nationales de régulation des médias⁵. Le groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA) n'a qu'un champ d'action limité, uniquement circonscrit aux services de médias audiovisuels. En outre, l'ERGA ne dispose pas de ressources et d'outils suffisants pour contribuer à la résolution des problèmes transfrontières ou des questions d'ordre pratique dans les domaines clés de la régulation des médias. La convergence insuffisante en matière de régulation qui en résulte a des conséquences négatives pour les acteurs sur le marché des médias, en particulier les fournisseurs de services de médias audiovisuels et plateformes de partage de vidéos, et nuit à l'intérêt public. Le rôle des régulateurs des médias est également capital pour la protection contre les fournisseurs de services de médias malhonnêtes, y compris ceux qui sont contrôlés par l'État, que ce soit sur le plan financier ou éditorial, par certains pays tiers, qui peuvent porter atteinte ou présenter un risque d'atteinte à la sécurité publique et à la défense.

Les fournisseurs de services de médias européens sont également confrontés à de plus en plus d'ingérences dans leurs décisions éditoriales et dans leur capacité de fournir des services de médias de qualité (c'est-à-dire des services produits en toute indépendance et conformément aux normes journalistiques) dans le marché intérieur, comme le prouvent les rapports annuels de la Commission sur l'état de droit⁶ et l'instrument de surveillance du pluralisme des médias (Media Pluralism Monitor)⁷. Le problème est principalement dû à la fragmentation des garde-fous visant à prévenir les ingérences dans la liberté éditoriale de l'ensemble des médias et à l'hétérogénéité des garanties offertes aux médias de service public en matière d'indépendance⁸, ce qui donne lieu à des distorsions des conditions de concurrence dans le marché intérieur.

Enfin, l'allocation opaque et déséquilibrée des ressources économiques engendre des obstacles sur le marché intérieur ainsi que des conditions de concurrence hétérogènes. En particulier, l'opacité des systèmes exclusifs de mesure de l'audience, et les biais inhérents à de tels systèmes, faussent les flux de revenus publicitaires, ce qui a des conséquences négatives, en particulier, sur les fournisseurs de services de médias et désavantage les concurrents qui fournissent des services de mesure de l'audience conformes aux normes acceptées par le secteur⁹. Le marché intérieur est également dénaturé par l'allocation opaque et inéquitable de la publicité d'État (c'est-à-dire des fonds publics utilisés à des fins publicitaires), qui est parfois attribuée en priorité aux fournisseurs de services nationaux en place, ou utilisée afin de favoriser et de subventionner de manière déguisée certains médias

⁵ Afin de répondre à la nécessité d'une coopération renforcée dans le domaine des services de médias audiovisuels, les membres de l'ERGA se sont mis d'accord sur un protocole d'accord volontaire, établissant des mécanismes non contraignants pour la coopération transfrontière. Dans sa communication intitulée «Les médias européens dans la décennie numérique: un plan d'action pour soutenir la reprise et la transformation», la Commission a annoncé qu'elle suivrait de près l'exécution du protocole d'accord afin d'examiner si la coopération au sein de l'ERGA doit être renforcée. Sur la base de cet examen, la Commission considère qu'il est nécessaire d'établir un cadre juridique en vue de mettre en place une coopération structurée entre les autorités ou organismes de régulation des médias.

⁶ Rapport 2020 sur l'état de droit, communication et chapitres par pays [COM(2020) 580 final et SWD(2020) 300-326 final]; rapport 2021 sur l'état de droit, communication et chapitres par pays [COM(2021) 700 final et SWD(2021) 701-727 final]; rapport 2022 sur l'état de droit, communication et chapitres par pays [COM(2022) 500 final et SWD(2022) 501-527 final].

⁷ Centre pour le pluralisme et la liberté des médias, Media pluralism monitor.

⁸ Les médias de service public occupent une place capitale sur le marché des médias, compte tenu de leur mission de service public. Ils constituent une source importante, voire essentielle, de médias pour un grand nombre de citoyens et d'entreprises.

⁹ La mesure de l'audience a une incidence directe sur l'allocation et les prix de la publicité, qui représente une source de revenus essentielle pour le secteur des médias. La mesure de l'audience constitue un outil fondamental pour évaluer la performance des contenus médiatiques et comprendre les préférences du public afin de planifier la future production de contenus. Traditionnellement, les acteurs concernés sur le marché se mettent d'accord sur une série de normes méthodologiques en vue de définir des valeurs de référence impartiales afin d'évaluer le rendement de leurs investissements. Des mécanismes d'autorégulation rassemblant des acteurs clés de l'industrie des médias et de la publicité, tels que les commissions sectorielles paritaires d'autorégulation, ont été mis en place dans plusieurs États membres afin d'organiser et de réaliser la mesure de l'audience de manière transparente, inclusive et fiable.

diffusant des opinions favorables au gouvernement. La réglementation dans ce domaine est fragmentée et limitée¹⁰: bon nombre d'États membres n'ont pas adopté de règles spécifiques, et la portée des règles existantes varie d'un État à l'autre¹¹, ce qui nuit à la sécurité juridique et entraîne ainsi un risque de décisions arbitraires ou discriminatoires.

Si la gravité des problèmes varie d'un État membre de l'UE à l'autre, en général, elle fait qu'il est difficile pour les fournisseurs de services de médias de tirer pleinement profit du marché intérieur, de maintenir leur viabilité économique et de remplir correctement leur rôle sociétal d'information des citoyens et des entreprises. Les destinataires des services de médias subissent eux aussi des conséquences négatives du fait d'une offre de médias insuffisante ou non indépendante, de conditions de concurrence hétérogènes et d'un manque de protection de leurs intérêts.

Le Parlement¹² et le Conseil¹³ ont tous deux appelé, à de nombreuses reprises, la Commission à agir afin d'éliminer les obstacles au fonctionnement du marché intérieur des médias et de promouvoir le pluralisme et l'indépendance sur ce marché. Dans le rapport final de la Conférence sur l'avenir de l'Europe, publié le 9 mai 2022, les citoyens ont exhorté l'UE, dans leurs propositions, à promouvoir davantage l'indépendance et le pluralisme des médias, notamment en introduisant une législation visant à lutter contre les menaces qui pèsent sur l'indépendance des médias au moyen de normes minimales applicables dans l'ensemble de l'Union. Ils ont également appelé à défendre et à soutenir les médias libres, pluralistes et indépendants, à intensifier la lutte contre la désinformation et les ingérences étrangères, ainsi qu'à assurer la protection des journalistes¹⁴.

Dans ce contexte, la proposition de législation européenne sur la liberté des médias vise à améliorer le fonctionnement du marché intérieur des médias.

Cette proposition s'articule autour de quatre objectifs spécifiques:

- **encourager l'activité et l'investissement transfrontières** dans les services de médias en harmonisant certains éléments des cadres nationaux divergents relatifs au pluralisme des médias, notamment afin de faciliter la fourniture de services transfrontière. Grâce à une coordination au niveau de l'UE, la proposition vise à garantir que, au moment d'évaluer les concentrations sur les marchés des médias, les autorités nationales indépendantes abordent le pluralisme et l'indépendance des médias de manière cohérente;

¹⁰ La répartition et la transparence de la publicité d'État sont, à certains égards, régulées au moyen d'un cadre fragmenté de mesures propres aux médias et de lois générales sur les marchés publics, qui ne couvrent toutefois pas l'ensemble des dépenses publiques de publicité et n'offrent pas une protection suffisante contre la répartition préférentielle ou biaisée. En particulier, la directive 2014/24/UE du Parlement européen et du Conseil ne s'applique pas aux marchés publics de services pour l'achat, le développement, la production ou la coproduction de matériel de programmes destiné à des services de médias audiovisuels ou radiophoniques.

¹¹ Voir également les analyses des règles nationales relatives à la publicité d'État dans le rapport annuel sur l'état de droit.

¹² Résolution du 21 mai 2013 sur la charte de l'UE, 2011/2246(INI); résolution du 3 mai 2018 sur le pluralisme et la liberté des médias dans l'UE, 2017/2209(INI); résolution du 25 novembre 2020 sur le renforcement de la liberté des médias: la protection des journalistes en Europe, les discours de haine, la désinformation et le rôle des plateformes (2020/2009(INI)); résolution du 20 octobre 2021 sur les médias européens dans la décennie numérique: un plan d'action pour soutenir la reprise et la transformation (2021/2017(INI)); résolution du 11 novembre 2021 sur le renforcement de la démocratie ainsi que de la liberté et du pluralisme des médias dans l'UE, 2021/2036(INI); résolution du 9 mars 2022 sur l'ingérence étrangère dans l'ensemble des processus démocratiques de l'Union européenne, y compris la désinformation, 2020/2268(INI).

¹³ Conclusions du Conseil sur la liberté et le pluralisme des médias dans l'environnement numérique (JO C 32 du 4.2.2014); conclusions du Conseil sur la préservation d'un système médiatique libre et pluraliste (JO C 422 du 7.12.2020); conclusions du Conseil sur «les médias européens dans la décennie numérique: un plan d'action pour soutenir la reprise et la transformation», 8727/21, 18.5.2021; conclusions du Conseil sur «construire une stratégie européenne pour l'écosystème industriel culturel et créatif» (JO C 160 du 13.4.2022); déclaration des ministres européens chargés de la culture, de l'audiovisuel et des médias, réunis à Angers les 7 et 8 mars 2022.

¹⁴ Conférence sur l'avenir de l'Europe – Rapport sur les résultats finaux, mai 2022, en particulier proposition 27, paragraphe 1, et proposition 37, paragraphe 4.

- **accroître la coopération et la convergence en matière de régulation** grâce à des outils de coordination transfrontières et à des avis et orientations au niveau de l'UE. Cela favorisera l'adoption d'approches cohérentes en matière de pluralisme et d'indépendance des médias, et fournira aux utilisateurs des services de médias une protection efficace contre les contenus illégaux et préjudiciables, y compris les contenus en ligne et ceux des fournisseurs de services (y compris provenant de pays tiers) qui ne respectent pas les normes européennes en matière de médias;
- **faciliter la fourniture de services de médias de qualité** en réduisant le risque d'ingérence induite d'acteurs publics et privés dans la liberté éditoriale. La proposition vise à garantir que les journalistes et chefs de rédaction puissent travailler sans ingérence, y compris lorsqu'il s'agit de protéger leurs sources et communications. En favorisant l'indépendance éditoriale, elle garantit également une meilleure protection des intérêts des destinataires des services de médias;
- **assurer une allocation transparente et équitable des ressources économiques** sur le marché intérieur des médias en améliorant la transparence et l'équité de la mesure de l'audience et de l'attribution de la publicité d'État. La proposition vise à assurer la transparence, la non-discrimination, la proportionnalité, l'objectivité et l'inclusivité des méthodes de mesure de l'audience, notamment en ligne. Elle garantira également la transparence, la non-discrimination, la proportionnalité et l'objectivité de l'allocation de la publicité d'État aux médias, afin de réduire au minimum les risques de détournement des fonds publics vers des intérêts partisans, au détriment des autres acteurs sur le marché. Ainsi, elle favorisera une concurrence loyale sur le marché intérieur des médias.

La proposition législative s'accompagne d'une recommandation, présentant un catalogue de bonnes pratiques volontaires que peuvent adopter les entreprises de médias afin de promouvoir l'indépendance éditoriale ainsi que des recommandations adressées aux entreprises de médias et aux États membres afin d'accroître la transparence de la propriété des médias. La recommandation contribuera à réduire les risques d'ingérence injustifiée dans les décisions éditoriales et à améliorer l'accès aux informations sur la propriété des médias¹⁵.

- **Cohérence avec les dispositions existantes dans le domaine d'action**

La présente proposition est cohérente avec les règles horizontales et sectorielles de l'UE existantes dans le domaine des services de médias et des services en ligne. Elle vise à combler des lacunes réglementaires affectant le fonctionnement du marché intérieur des médias.

Pour ce faire, elle s'appuie tout d'abord sur la directive «Services de médias audiovisuels» (directive SMA) révisée¹⁶, qui régit la coordination, à l'échelle de l'UE, des législations nationales relatives aux médias audiovisuels. Elle renforce la coopération au sein du groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA) mis en place par la directive en le transformant en un comité européen pour les services de médias (ci-après le

¹⁵ Voir également les analyses de la transparence de la propriété des médias dans le rapport annuel sur l'état de droit.

¹⁶ Directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010 visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (JO L 95 du 15.4.2010, p.1), telle que révisée par la directive (UE) 2018/1808 (JO L 303 du 28.11.2018, p. 69).

«comité»), en lui conférant un champ d'action élargi et en lui confiant des missions supplémentaires¹⁷.

La proposition énonce de nouvelles règles relatives aux services de médias, telles que celles sur la protection des sources et communications journalistiques, sur la publicité d'État et sur la mesure de l'audience. Ce faisant, elle complète la réforme relative au droit d'auteur¹⁸, qui soutient la viabilité financière de la presse.

La proposition est pleinement cohérente avec la directive sur le commerce électronique¹⁹ et le règlement relatif aux relations entre plateformes et entreprises (P2B)²⁰, qu'elle complète l'une et l'autre. Elle est également cohérente avec la législation sur les services numériques²¹ et la législation sur les marchés numériques²², qu'elle complète et qui fournissent des cadres horizontaux établissant des règles harmonisées pour les services en ligne. La proposition traite les problèmes sectoriels persistants auxquels les deux instruments horizontaux ne répondent pas pleinement.

La proposition complète les règles de concurrence de l'UE, qui ne traitent pas directement les conséquences que les concentrations sur les marchés pourraient avoir sur le pluralisme et l'indépendance des médias, et les règles relatives aux aides d'État, qui sont appliquées au cas par cas (souvent a posteriori) et ne répondent pas suffisamment aux problèmes engendrés par l'allocation inéquitable des ressources d'État entre les fournisseurs de services de médias. Elle veille à ce que la publicité d'État soit systématiquement soumise à des règles ex ante en matière de transparence, notamment en ce qui concerne les bénéficiaires et les montants dépensés, et à une allocation équitable de cette publicité. La proposition, et en particulier ses dispositions relatives à la publicité d'État, est cohérente avec la proposition de règlement relatif à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique²³.

La proposition complète également, sans les affecter, les règles de l'UE existantes sur la transparence en matière de propriété. La directive anti-blanchiment est le principal instrument²⁴ existant pour assurer la transparence des bénéficiaires effectifs, tandis que la directive de l'UE sur le droit des sociétés²⁵ réglemente les informations que les sociétés à responsabilité limitée, en particulier, doivent communiquer dans leurs registres d'entreprise. La directive SMA encourage les États membres à adopter des mesures en vue de rendre accessibles les informations relatives à la structure de propriété des médias audiovisuels. La proposition complètera le cadre existant en exigeant de tous les fournisseurs de services de médias diffusant des contenus d'information et d'actualité qu'ils fournissent des informations

¹⁷ Pour cette raison, la proposition contient une modification ciblée de la directive 2010/13/UE, qui se limite à en abroger l'article 30 *ter*, instituant l'ERGA, et à remplacer en conséquence les références faites à l'ERGA et à ses missions. Conformément à la notion de «parallélisme des formes», un instrument juridique doit, en principe, être modifié par un instrument juridique de même forme. La modification de la directive 2010/13/UE par le règlement proposé est ciblée et se limite à une disposition qui n'a pas besoin d'être transposée par les États membres. Elle est donc justifiée.

¹⁸ Directive (UE) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE (JO L 130 du 17.5.2019, p. 92).

¹⁹ Directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur («directive sur le commerce électronique») (JO L 178 du 17.7.2000, p. 1).

²⁰ Règlement (UE) 2019/1150 du Parlement européen et du Conseil du 20 juin 2019 promouvant l'équité et la transparence pour les entreprises utilisatrices de services d'intermédiation en ligne (JO L 186 du 11.7.2019, p. 57).

²¹ COM(2020) 825 final.

²² COM(2020) 842 final.

²³ Proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil relatif à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique (COM/2021/731 final).

²⁴ Directive (UE) 2015/849 du 20 mai 2015 relative à la prévention de l'utilisation du système financier aux fins du blanchiment de capitaux ou du financement du terrorisme, modifiant le règlement (UE) n° 648/2012 et abrogeant la directive 2005/60/CE du Parlement européen et du Conseil et la directive 2006/70/CE de la Commission (JO L 141 du 5.6.2015, p. 73).

²⁵ Directive (UE) 2017/1132 du 14 juin 2017 relative à certains aspects du droit des sociétés (JO L 169 du 30.6.2017, p. 46).

sur la propriété des médias, en particulier sur les bénéficiaires directs, indirects et effectifs, aux destinataires des services de médias.

La proposition est également cohérente avec le protocole sur le système de radiodiffusion publique dans les États membres (le protocole d'Amsterdam)²⁶, qui reconnaît la compétence des États membres pour définir la mission de service public des médias de service public et pourvoir au financement de ces médias dans la mesure où ce financement n'altère pas les conditions des échanges et de la concurrence dans l'Union dans une mesure qui serait contraire à l'intérêt commun. Le protocole d'Amsterdam confirme implicitement que les médias de service public relèvent du marché intérieur.

La proposition est conforme à la boussole stratégique pour la sécurité et la défense²⁷ et aux conclusions du Conseil s'y rapportant²⁸. En renforçant le rôle et la coopération entre les régulateurs des médias, y compris sur les questions ayant trait à l'espace européen de l'information, la proposition complète les mesures prises en vue d'élaborer la boîte à outils de l'UE sur la manipulation de l'information et l'ingérence étrangères.

La proposition est conforme à la recommandation du Comité des ministres du Conseil de l'Europe aux États membres sur la gouvernance des médias de service public²⁹. Cette recommandation indique que les médias de service public doivent fonctionner et évoluer dans un cadre de gouvernance durable qui assure à la fois l'indépendance éditoriale indispensable et l'obligation de rendre des comptes au public.

Compte tenu des récentes menaces visant les sources journalistiques, la proposition ajoute un garde-fou ciblé contre le déploiement de logiciels espions dans les appareils utilisés par les fournisseurs de services de médias ou les journalistes, en s'appuyant sur les protections prévues par la directive 2002/58/CE (directive sur la vie privée et les communications électroniques), la directive 2016/680/UE (directive en matière de protection des données dans le domaine répressif) et la directive 2013/40/UE relative aux attaques contre les systèmes d'information.

- **Cohérence avec les autres politiques de l'Union**

La proposition s'appuie sur le plan d'action pour la démocratie européenne³⁰, dans lequel la Commission a proposé une série de mesures visant à promouvoir la participation démocratique, à lutter contre la désinformation et à soutenir la liberté et l'indépendance des médias. En renforçant la protection des sources et communications journalistiques, l'initiative complète la recommandation concernant la protection, la sécurité et le renforcement des moyens d'action des journalistes³¹ ainsi que la proposition de directive³² et la recommandation³³ sur la protection des personnes qui participent au débat public contre les

²⁶ Traité d'Amsterdam modifiant le traité sur l'Union européenne, les traités instituant les Communautés européennes et certains actes connexes – Protocoles annexés au traité instituant la Communauté européenne – Protocole sur le système de radiodiffusion publique dans les États membres (JO C 340 du 10.11.1997, p. 109).

²⁷ Boussole stratégique pour la sécurité et la défense.

²⁸ Conclusions du Conseil. Efforts complémentaires pour renforcer la résilience et lutter contre les menaces hybrides, 14972/19, 10.12.2019; conclusions du Conseil sur le renforcement de la résilience et la lutte contre les menaces hybrides, y compris la désinformation, dans le contexte de la pandémie de COVID-19, 14064/20, 15.12.2020; et conclusions du Conseil sur la manipulation de l'information et l'ingérence étrangères, 11429/22, 18.7.2022.

²⁹ Recommandation CM/Rec(2012)1 du Conseil de l'Europe sur la gouvernance des médias de service public (adoptée par le Comité des ministres le 15 février 2012 à l'occasion de la 1134^e réunion des délégués des ministres).

³⁰ COM(2020) 790 final.

³¹ C(2021) 6650 final.

³² COM(2022) 177 final.

³³ Recommandation (UE) 2022/758 de la Commission du 27 avril 2022 sur la protection des journalistes et des défenseurs des droits de l'homme qui participent au débat public contre les procédures judiciaires manifestement infondées ou abusives («poursuites stratégiques altérant le débat public») (JO L 138 du 17.5.2022, p. 30).

procédures judiciaires manifestement infondées ou abusives («poursuites stratégiques altérant le débat public»). La proposition prévoit des mesures concrètes en réponse à la déclaration européenne sur les droits et principes numériques pour la décennie numérique³⁴, qui appelle à la protection de la liberté d'expression et d'information en ligne, et soutient la mise en œuvre du plan d'action pour les médias et l'audiovisuel³⁵, dans lequel la Commission énonce une série de mesures visant à renforcer la viabilité financière et la transformation numérique du secteur des médias.

La proposition vise à renforcer l'indépendance éditoriale des fournisseurs de services de médias. Parallèlement, la viabilité financière est un aspect essentiel à la protection de l'indépendance éditoriale contre les pressions externes et les pressions du marché. Comme l'ont affirmé les parties prenantes au cours de la consultation publique, la situation économique précaire du secteur des médias demeure problématique et a été exacerbée par la crise de la COVID-19. Assurer des sources de financement diverses et suffisantes pourrait renforcer la résilience et l'indépendance des médias, et faciliter la fourniture de services de qualité aux Européens.

C'est pourquoi le secteur des médias se tourne de plus en plus vers l'UE pour obtenir un soutien financier, compte tenu du fait que la Commission finance depuis longtemps la couverture médiatique indépendante des affaires européennes afin de favoriser le développement d'une sphère publique européenne. Bien qu'il soit forcément limité, en quantité, par rapport à l'envergure et à l'importance du secteur, le financement européen est effectivement bien placé pour contribuer à la reprise du secteur au sortir de la pandémie de COVID-19, à la transformation numérique de l'information et à l'expérimentation transfrontière de nouveaux formats ou de nouveaux modèles afin de monétiser les contenus en ligne.

Dès lors, à la suite de l'adoption du plan d'action pour les médias et l'audiovisuel en décembre 2020, la Commission a élaboré un ensemble d'actions visant à soutenir les médias d'information, dans le plein respect de l'indépendance éditoriale. Par exemple, elle a créé MEDIA INVEST, un instrument spécifique d'investissement en fonds propres au sein du programme InvestEU, destiné à renforcer la capacité financière des entreprises audiovisuelles européennes. Les médias d'information peuvent également bénéficier depuis 2022 d'un soutien en fonds propres, associé à des actions de préparation à l'investissement afin de mobiliser les investisseurs privés et d'accroître les volumes d'investissements en fonds propres. Parallèlement, la Commission soutient le lancement d'un instrument de co-investissement spécifique au titre du programme InvestEU avec des fondations et des organisations philanthropiques afin de cibler trois domaines d'action particuliers, dont «le pluralisme des médias, la démocratie et la culture»³⁶. L'innovation est une autre grande priorité de cet ensemble d'actions: dans le cadre des programmes pour la recherche et l'innovation et le numérique, un financement est proposé afin de concevoir des solutions innovantes, notamment dans le cadre d'un appel d'offres qui sera bientôt lancé et qui aura pour but de créer un espace européen des données médiatiques. En outre, les études innovantes menées grâce au financement d'Horizon 2020 et d'Horizon Europe aident à comprendre l'incidence des médias sur les citoyens et la démocratie et fournissent des outils et des stratégies en vue d'assainir et de diversifier le paysage médiatique, en luttant contre la désinformation en ligne et en améliorant les normes journalistiques. Les échanges réguliers

³⁴ COM(2022) 28 final.

³⁵ COM(2020) 784 final.

³⁶ Les deux autres domaines d'action sont «les transformations sociétales liées à la transition écologique» et «l'égalité et l'inclusion».

qui ont lieu avec le secteur dans le cadre du forum européen des médias d'information contribuent également à surveiller l'innovation dans le secteur et fournissent un espace pour discuter des priorités de l'UE à cet égard.

À la suite du plan d'action pour les médias et l'audiovisuel, le secteur des médias d'information est devenu l'une des priorités spécifiques du programme «Europe créative», qui a pour but de soutenir les secteurs culturels et créatifs. Ce programme peut financer des partenariats établis entre des organisations de médias en vue d'innover, d'expérimenter de nouveaux formats ou de partager de bonnes pratiques commerciales au niveau transfrontière. Le programme «Europe créative» cofinance également des projets promouvant un environnement médiatique davantage pluraliste: ses subventions permettent de fournir une protection (y compris un soutien juridique) aux journalistes et couvrent des domaines tels que la recherche de faits, la surveillance, le travail de plaidoyer, l'information du public et la sensibilisation. Le financement de l'UE a également soutenu les activités des conseils des médias, ainsi que celles de l'instrument de surveillance du pluralisme des médias. À partir de 2023, la Commission consacrera également un financement spécifique, au titre du programme «Europe créative», au soutien des médias qui servent l'intérêt public, tels que les médias d'investigation, en contribuant ainsi à un débat pluraliste au niveau transfrontière et à une démocratie plus saine.

La demande de financement des médias excède les fonds disponibles. Le Parlement européen a appelé à accroître les possibilités de financement à disposition du secteur des médias d'actualité, notamment grâce à un fonds permanent pour les médias d'information et en renforçant les budgets des volets transsectoriel et média du programme Europe créative³⁷. Le Conseil a également invité la Commission à renforcer le financement destiné au journalisme indépendant³⁸. Afin de compléter les politiques actuelles de l'UE et, à terme, de renforcer la résilience financière du secteur, la Commission établira une cartographie des mécanismes et initiatives mis au point par les États membres et recensera les tendances et les lacunes en matière de financement.

2. BASE JURIDIQUE, SUBSIDIARITÉ ET PROPORTIONNALITÉ

• Base juridique

La base juridique susceptible de fonder la présente proposition est l'article 114 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE) qui prévoit l'adoption de mesures relatives au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres qui ont pour objet l'établissement et le fonctionnement du marché intérieur.

La proposition vise à remédier au problème de la fragmentation des approches réglementaires nationales en matière de liberté et de pluralisme des médias et d'indépendance éditoriale. Cela favorisera une approche commune et une coordination au niveau de l'UE, assurera le fonctionnement optimal du marché intérieur des services de médias et évitera l'apparition de futurs obstacles aux activités des fournisseurs de services de médias dans l'ensemble de l'UE.

En particulier, la proposition vise à résoudre les problèmes suivants, qui entravent la fourniture de services de médias dans le marché intérieur:

³⁷ Parlement européen, commission de la culture et de l'éducation, rapport sur les médias européens dans la décennie numérique: un plan d'action pour soutenir la reprise et la transformation [2021/2017(INI)].

³⁸ Conclusions du Conseil sur la protection et la sécurité des journalistes et autres professionnels des médias (JO C 245 du 28.6.2022)

- les restrictions établies au niveau national en ce qui concerne les sources et les communications des journalistes en tant que fournisseurs de services, qui affectent la production et la fourniture de services de médias;
- l'ingérence dans les activités des fournisseurs de services de médias, y compris dans leurs décisions éditoriales, et les approches divergentes en ce qui concerne la protection de l'indépendance éditoriale;
- le risque d'ingérence de l'État dans les médias de service public, au détriment de conditions de concurrence équitables sur le marché unique et de la qualité des médias de service public;
- les activités sur le marché d'opérateurs malhonnêtes (y compris de fournisseurs de services de médias qui sont contrôlés par l'État, que ce soit sur le plan financier ou éditorial, par certains pays tiers) qui génèrent des tensions dans l'application des règles de libre circulation au sein de l'Union;
- compte tenu de la numérisation croissante de l'offre de services de médias, les risques pour la fourniture gratuite de services de médias sur les très grandes plateformes en ligne, au détriment de conditions de concurrence équitables dans le marché intérieur;
- les mesures appliquées sur les marchés nationaux des médias qui affectent les activités des fournisseurs de services de médias en limitant la libre circulation dans l'Union, ce qui fragmente le marché intérieur et donne lieu à une insécurité juridique. Il en va de même pour les règles et procédures nationales relatives à l'évaluation des effets que les concentrations sur les marchés des médias peuvent avoir sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale;
- l'opacité et les biais potentiels des systèmes et méthodes de mesure de l'audience, qui entraînent une distorsion du marché, au détriment de conditions de concurrence équitables dans le marché intérieur; et
- l'allocation inéquitable et non transparente des dépenses publiques de publicité aux fournisseurs de services de médias, au détriment des autres fournisseurs de services de médias, y compris ceux établis dans d'autres États membres.

L'article 114 TFUE constitue en outre une base juridique appropriée pour la création de nouvelles structures en vertu du droit de l'Union, ce qui est particulièrement pertinent compte tenu de la dimension de l'initiative relative à la gouvernance: en effet, l'initiative vise à encourager une coopération plus étroite entre les régulateurs des médias nationaux au sein d'un comité établi au niveau de l'UE, qui aurait pour mission de promouvoir l'application efficace et cohérente des règles de l'UE relatives aux médias.

Au moment de réguler le marché intérieur, le législateur de l'Union doit non seulement respecter les droits fondamentaux³⁹, mais aussi mettre en balance les droits fondamentaux concurrents⁴⁰. La présente proposition de règlement constitue un cadre législatif harmonieux, coordonné et multidimensionnel grâce auquel le législateur contribue au développement et à la protection du marché intérieur des services de médias et poursuit donc ainsi également

³⁹ Arrêts du 13 décembre 1979, *Hauer*, 44/79, EU:C:1979:290, points 14 à 16; du 20 mai 2003, *Österreichischer Rundfunk*, affaires jointes C-465/00, C-138/01 et C-139/01, EU:C:2003:294, points 68 et suivants; et du 9 novembre 2010, *Schecke*, affaires jointes C-92/09 et C-93/09, EU:C:2010:662, point 46.

⁴⁰ Arrêts du 15 septembre 2016, *Mc Fadden*, C-484/14, EU:C:2016:170, points 68 et suivants; et du 26 avril 2022, *Pologne/Parlement et Conseil («directive sur le droit d'auteur»)*, C-401/19, EU:C:2022:29, point 66.

plusieurs autres intérêts publics légitimes (y compris la protection des utilisateurs) et concilie de manière équitable les droits fondamentaux de tous les individus concernés.

- **Subsidiarité**

Les problèmes étant de plus en plus de nature transfrontière, et non limités à un seul État membre ou sous-ensemble d'États membres, les objectifs de l'intervention ne peuvent être atteints par des États membres agissant seuls. La production, la distribution et la consommation de contenus médiatiques, y compris d'informations, sont de plus en plus numériques et transfrontières, alors que l'internet continue de faire évoluer les modèles traditionnels des entreprises de médias. La fourniture de services de médias dans l'ensemble de l'UE est de plus en plus influencée par les plateformes mondiales, qui agissent comme des points d'accès aux contenus médiatiques tout en étant d'importants fournisseurs de publicités en ligne.

Une approche commune de l'UE, promouvant la convergence, la transparence, la sécurité juridique et des conditions de concurrence équitables pour les acteurs concernés sur le marché des médias constitue le meilleur moyen de faire progresser le marché intérieur des médias. Elle réduira les contraintes pour les fournisseurs de services de médias, qui doivent se conformer à différents régimes juridiques nationaux lorsqu'ils opèrent dans plusieurs États membres. Elle renforcera la sécurité juridique pour les acteurs sur le marché des médias, favorisant ainsi une concurrence et des investissements transfrontières loyaux. Elle permettra également aux régulateurs des médias d'adopter des réponses coordonnées sur les questions touchant à l'espace d'information de l'UE et, en particulier, la protection des intérêts des consommateurs de l'UE.

L'initiative tient dûment compte du protocole sur le système de radiodiffusion publique dans les États membres (le protocole d'Amsterdam) et de l'article 4, paragraphe 2, du traité sur l'Union européenne (TUE). Elle n'interférera pas avec la compétence des États membres de pourvoir au financement des médias de service public aux fins de l'accomplissement de leur mission de service public telle qu'elle a été conférée, définie et organisée au niveau national, et n'interférera pas non plus avec l'identité nationale ou les traditions réglementaires dans le domaine des médias. Elle tient, en outre, dûment compte de la position des parties prenantes, et repose donc sur l'idée selon laquelle des règles excessivement uniformes et détaillées de l'UE concernant le pluralisme des médias seraient non souhaitables et disproportionnées, étant donné que de telles règles doivent être adaptées au contexte historique et culturel de chaque État membre. L'initiative trouve plutôt le bon équilibre entre des dispositions formulées dans des termes généraux et des règles plus spécifiques afin d'atteindre les objectifs stratégiques.

- **Proportionnalité**

L'initiative s'appuie sur les cadres juridiques existants et ne ciblera que les domaines dans lesquels une action supplémentaire de l'UE semble nécessaire au bon fonctionnement du marché intérieur des médias, y compris afin d'assurer des conditions de concurrence équitables et un fonctionnement indépendant des acteurs sur le marché des médias dans l'ensemble de l'UE. Elle se limite aux aspects pour lesquels les États membres ne peuvent parvenir à une solution satisfaisante à eux seuls, et prévoit une harmonisation dûment calibrée qui n'excède pas ce qui est nécessaire pour atteindre l'objectif d'établir un cadre commun pour le bon fonctionnement du marché intérieur des services de médias, tout en garantissant la qualité de ces services. Le fait que plusieurs des règles proposées soient fondées sur des principes contribue également à assurer la proportionnalité de la proposition.

La proposition génère des coûts de mise en conformité et de contrôle du respect des obligations limités, qui seront probablement compensés par les bénéfices considérables pour les acteurs sur le marché des médias et les citoyens. En améliorant la transparence et en diminuant la fragmentation réglementaire sur le marché, la proposition renforcera la sécurité juridique et la concurrence loyale tout en réduisant les distorsions sur le marché. Cela rehaussera la confiance des investisseurs et rendra moins contraignantes les opérations transfrontières sur le marché des médias, créant ainsi un environnement propice aux investissements et à la libre prestation de services de médias dans toute l'UE. Les citoyens et entreprises bénéficieront également d'une offre médiatique plus diverse et pluraliste, d'une transparence accrue et d'un meilleur accès à l'information.

- **Choix de l'instrument**

La proposition prend la forme d'un règlement du Parlement européen et du Conseil. Compte tenu des questions à aborder et eu égard au contexte économique, social et politique, un règlement est plus approprié qu'une directive pour assurer un niveau cohérent de protection dans l'ensemble de l'UE et réduire les divergences réglementaires risquant de nuire à la fourniture indépendante de services de médias dans le marché intérieur. Ainsi, les nouvelles règles de l'UE pourront être promptement appliquées et les problèmes seront donc résolus plus rapidement. Cela permettra d'éviter un long processus de transposition et de potentielles divergences ou distorsions pendant ce processus, en énonçant directement les dispositions applicables et en évitant les situations dans lesquelles des États membres se servent du processus de transposition comme d'un prétexte pour introduire ou maintenir des mesures législatives qui vont, en substance, à l'encontre de l'indépendance des fournisseurs de services de médias ou qui sont discriminatoires d'une autre manière. Le recours à un règlement est également préférable compte tenu de l'élément institutionnel de l'initiative (la création du comité). Le choix d'un règlement est justifié, en outre, par la numérisation croissante et le caractère de plus en plus transfrontière de la fourniture des services de médias, qui rendent nécessaire une approche rapide et cohérente dans l'ensemble du marché intérieur. En établissant des dispositions directement applicables, le règlement proposé assurera également une coopération efficace et efficiente entre les autorités et organismes de régulation des médias des États membres.

3. RÉSULTATS DES ÉVALUATIONS EX POST, DES CONSULTATIONS DES PARTIES INTÉRESSÉES ET DES ANALYSES D'IMPACT

- **Consultation des parties intéressées**

La présente proposition repose sur une vaste consultation des parties intéressées, menée à la lumière des principes généraux et des normes en ce qui concerne la consultation des parties intéressées par la Commission.

Un appel à témoignages annonçant l'initiative a été publié le 21 décembre 2021 et est resté ouvert aux commentaires jusqu'au 25 mars 2022. Au total, 1 473 contributions ont été reçues⁴¹. Une consultation publique a été ouverte du 10 janvier au 25 mars 2022 et a permis de recueillir 917 réponses⁴². L'appel à témoignages et la consultation publique ont fait l'objet d'une promotion sur le site web de la Commission, ainsi que sur les réseaux sociaux et par des réseaux spécifiques. Si l'appel à témoignages visait à recueillir des commentaires généraux en

⁴¹ Commission européenne (2022). Résultats de l'appel à témoignages. Au total, 1 470 contributions ont été reçues par l'intermédiaire du portail «Donnez votre avis», tandis que trois autres ont été reçues en dehors du site, mais dans les délais prévus pour la consultation, et ont donc été incluses dans les réponses.

⁴² Commission européenne (2022). Résultats de la consultation publique.

réponse à l'annonce de l'initiative par la Commission, la consultation publique a permis de recueillir des points de vue au moyen d'un questionnaire structuré composé de questions spécifiques sur l'initiative.

La Commission a également organisé des réunions avec les acteurs clés et les experts du secteur afin de réunir d'autres éléments probants et données sur les problèmes spécifiques auxquels doit répondre l'initiative et sur l'approche stratégique et son incidence ainsi que des informations techniques sur les pratiques existantes du secteur. Elle a également organisé des ateliers ciblés et a analysé de nombreux documents de prises de position et documents d'analyse reçus dans le cadre de la préparation de l'initiative. La préparation de l'analyse d'impact sous-tendant l'initiative a été appuyée par deux études externes englobant une série de consultations individuelles avec des acteurs clés du secteur⁴³.

La Commission a également discuté de l'initiative avec des membres du comité de contact établi par la directive SMA et de l'ERGA. Ces groupes d'experts ont représenté un canal direct permettant de consulter les autorités les plus compétentes au niveau des États membres. Afin de recueillir des avis de chercheurs et d'experts disposant d'une expertise particulière dans les domaines pertinents (tels que le droit public et constitutionnel ainsi que la liberté des médias et le marché intérieur), un atelier spécial rassemblant des représentants du monde universitaire, de l'ERGA et de la Commission a été organisé le 18 février 2022.

L'idée d'une proposition législative, réglementant au moins certains domaines de fond, a recueilli le soutien des citoyens et de la plupart des autres parties prenantes, y compris la communauté de défense de la liberté des médias, les organisations de consommateurs, les régulateurs des médias et l'ERGA, les organismes de radiodiffusion publics et privés, les distributeurs de contenus et les acteurs de l'écosystème de la publicité. Chez ces parties prenantes, une approche fondée sur des principes remporte une large adhésion, contrairement à l'absence d'action ou à la fixation de normes détaillées.

Les organisations non gouvernementales et les radiodiffuseurs de service public se sont montrés particulièrement favorables à une action au niveau de l'UE visant à introduire des garde-fous destinés à protéger l'indépendance éditoriale, y compris pour les médias de service public, tout en rappelant l'importance du protocole d'Amsterdam. Plus précisément, les radiodiffuseurs publics sont en faveur de garde-fous destinés à protéger l'intégrité éditoriale en ligne et d'orientations sur la visibilité appropriée des services de médias audiovisuels d'intérêt général.

Les radiodiffuseurs privés étaient particulièrement favorables à des principes communs pour l'établissement de mesures en faveur du pluralisme des médias et de la transparence, de l'objectivité et de la vérifiabilité de la mesure de l'audience, en étant rejoints, sur ce dernier aspect, par les éditeurs et les acteurs de l'écosystème de la publicité. Les éditeurs, qui, traditionnellement, ne sont pas réglementés, ont exprimé une préférence générale pour une autorégulation ou une recommandation. Ils se sont néanmoins dits favorables à des mesures à l'échelle de l'UE tant en ce qui concerne la protection des sources journalistiques qu'en ce qui concerne la publicité d'État. Les citoyens se sont dits tout à fait d'accord avec la nécessité d'assurer la transparence et l'équité de l'allocation de la publicité d'État. Les radiodiffuseurs et les éditeurs ont appelé à une régulation efficace des plateformes en ligne.

En ce qui concerne la gouvernance, une supervision fondée sur l'ERGA a remporté un large soutien, mais les avis divergent en ce qui concerne l'éventuel futur statut de cet organisme.

⁴³ PwC, Intellera et Open evidence, «Support for the preparation of an impact assessment to accompany an EU initiative on the European Media Freedom Act», VIGIE 2021-644; Institut universitaire européen, Katholieke Universiteit Leuven, Universiteit van Amsterdam et Université Libre de Bruxelles, « Study on media plurality and diversity online », VIGIE 2020-825.

Les régulateurs et la communauté de défense de la liberté des médias sont en faveur d'un renforcement de l'ERGA, tandis que les entreprises et les associations professionnelles préféreraient le garder sous sa forme actuelle. Les autorités publiques se sont montrées particulièrement favorables à une coopération en matière de régulation au niveau de l'UE afin de faciliter la fixation de normes communes pour le pluralisme des médias et le renforcement du rôle et des ressources de l'ERGA en vue d'une coordination accrue au niveau de l'UE.

- **Obtention et utilisation d'expertise**

La Commission s'est appuyée sur un large éventail d'experts pour l'élaboration de la présente proposition.

Outre la consultation publique et les autres consultations de parties prenantes décrites ci-dessus, la Commission a commandé deux études externes afin d'assurer un niveau élevé de cohérence et de comparabilité des résultats d'analyse pour toutes les approches stratégiques possibles.

L'Observatoire européen de l'audiovisuel du Conseil de l'Europe a également élaboré un rapport spécial sur la gouvernance et l'indépendance des médias de service public⁴⁴. Cette publication s'accompagne d'une vue d'ensemble exhaustive des principaux garde-fous mis en place en matière de gouvernance pour les médias de service public en Europe.

Les rapports de la Commission sur l'état de droit, les rapports annuels élaborés par l'instrument de surveillance du pluralisme des médias ainsi que certaines enquêtes Eurobaromètre ont fourni des données probantes et des analyses sur de nombreuses questions pertinentes. Ces sources ont été utilisées afin de recenser les problèmes, leur ampleur au sein du marché intérieur des médias et leurs origines. La Commission s'est également appuyée sur les recommandations pertinentes du Conseil de l'Europe, qui ont fait l'objet d'un accord entre tous les États membres⁴⁵.

Enfin, afin d'étayer davantage son analyse fondée sur des données probantes, la Commission a procédé à un examen de la jurisprudence pertinente et à une analyse approfondie de la littérature, couvrant des publications universitaires et un large éventail d'études et de rapports stratégiques, y compris publiés par des ONG actives dans le domaine de la liberté et du pluralisme des médias.

- **Analyse d'impact**

Conformément à sa politique «Mieux légiférer», la Commission a réalisé une analyse d'impact pour la présente proposition, qui a été examinée par le comité d'examen de la réglementation de la Commission. Le rapport d'analyse d'impact a d'abord été soumis au comité d'examen de la réglementation le 13 mai et a ensuite été discuté avec celui-ci lors d'une audition le 8 juin. À la suite d'un avis négatif rendu le 10 juin, le rapport a été considérablement révisé et a de nouveau été soumis au comité le 11 juillet. Le comité a rendu un avis positif assorti de réserves le 27 juillet. Le rapport d'analyse d'impact a de nouveau été révisé afin de tenir compte des suggestions d'améliorations formulées par le comité. Les avis

⁴⁴ F.J. Cabrera Blázquez, M. Cappello, J. Talavera Milla, S. Valais, Governance and independence of public service media (Gouvernance et indépendance des médias de service public), IRIS Plus, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2022; et ERGA, Internal Media Plurality in Audiovisual Media Services in the EU: Rules & Practices (Pluralité des médias internes dans les services de médias audiovisuels de l'UE: règles et pratiques), 2018.

⁴⁵ Voir recommandation CM/Rec(2012)1 du Comité des ministres aux États membres sur la gouvernance des médias de service public (adoptée par le Comité des ministres le 15 février 2012 à l'occasion de la 1 134^e réunion des délégués des ministres) et recommandation CM/Rec(2018)1[1] du Comité des ministres aux États membres sur le pluralisme des médias et la transparence de leur propriété.

du comité ainsi que les observations et explications quant à la manière dont ils ont été pris en considération sont présentés à l'annexe 1 de l'analyse d'impact.

La Commission a examiné différentes options stratégiques permettant d'atteindre l'objectif général de la proposition, qui est d'améliorer le fonctionnement du marché intérieur des médias.

Trois options stratégiques à différents degrés d'intensité réglementaire ont été évaluées:

- **Option 1: recommandation sur le pluralisme et l'indépendance des médias**, encourageant les États membres et, dans certains domaines, les entreprises du marché des médias à mettre en œuvre une série d'actions visant à promouvoir le pluralisme des médias, l'indépendance éditoriale et la transparence et l'équité sur le marché des médias.
- **Option 2: proposition législative et recommandation sur l'indépendance des médias**, la première fournissant des règles communes pour le marché intérieur des services de médias, et la seconde encourageant les entreprises de médias et les États membres à favoriser l'indépendance et la transparence des médias.
- **Option 3: proposition législative renforcée**, prévoyant, en plus des éléments législatifs de l'option 2, d'autres obligations imposant aux entreprises du marché des médias et aux régulateurs d'encourager la mise à disposition de services de médias de qualité et l'allocation transparente et équitable des ressources économiques sur le marché des médias.

Deux sous-options ont été envisagées pour la gouvernance de l'instrument législatif prévu dans le cadre des options 2 et 3:

- sous-option A: un système de gouvernance reposant sur un comité soutenu par un secrétariat de la Commission;
- sous-option B: un système de gouvernance reposant sur un comité assisté par un office de l'UE indépendant.

Selon la méthodologie établie par la Commission, chaque option stratégique a été évaluée par rapport à ses incidences économiques, sociales et sur les droits fondamentaux. L'option privilégiée est l'option 2, sous-option A. Cette option répondra à l'objectif général de l'intervention de manière efficace, cohérente, proportionnée et largement efficace.

En particulier, l'instrument législatif proposé établira des principes et règles fondamentaux pour le marché des médias et attribuera des missions importantes au comité, en tant qu'organisme collectif rassemblant les autorités de régulation des médias indépendantes. Ces missions seront notamment de fournir des avis d'experts sur les aspects réglementaires, techniques ou pratiques de la régulation des médias, de rendre des avis sur les concentrations sur les marchés susceptibles d'affecter le fonctionnement du marché intérieur et de coordonner les mesures prises à l'égard des fournisseurs de services de médias (y compris de pays tiers) qui ne respectent pas les normes de l'UE en matière de médias. Les principes et règles établis dans l'instrument législatif pourront être invoqués devant les juridictions nationales, et la Commission pourra introduire des procédures d'infraction, notamment en cas de problème systémique. L'élément non contraignant du paquet de mesures, à savoir la recommandation, proposera des mesures volontaires relatives à deux questions spécifiques: les garde-fous destinés à protéger l'indépendance des médias et la transparence de la propriété des médias. Cette approche flexible, sur plusieurs niveaux, permettrait d'obtenir les bénéfices souhaités tout en optimisant les coûts pour les acteurs sur le marché des médias et les autorités

publiques, compte tenu, également, du plus faible coût d'un secrétariat de la Commission par rapport à celui d'un office de l'Union.

Les incidences des options proposées sur les différentes catégories de parties prenantes sont détaillées à l'annexe 3 de l'analyse d'impact.

- **Droits fondamentaux**

En améliorant la convergence en matière de régulation dans le marché intérieur des médias, en préservant l'indépendance éditoriale en même temps que la liberté d'entreprise des fournisseurs de services de médias et en renforçant la transparence et l'équité de l'allocation des ressources économiques, le règlement proposé facilitera la fourniture de services de médias indépendants et de qualité par-delà les frontières, favorisant ainsi la liberté et le pluralisme des médias. Le rôle essentiel joué par le comité dans ce nouveau cadre, en toute indépendance par rapport aux gouvernements et à toute autre entité publique ou privée, contribuera à assurer la garantie efficace et impartiale de la liberté d'expression dans l'ensemble de l'UE, un droit protégé par l'article 11 de la charte des droits fondamentaux de l'Union européenne (ci-après la «charte»), qui correspond à l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme.

Le règlement proposé aura également une incidence positive sur la liberté d'entreprise (article 16 de la charte), en levant les obstacles à la libre prestation de services et en limitant les risques que certains acteurs sur le marché des médias fassent l'objet de traitements discriminatoires.

4. INCIDENCE BUDGÉTAIRE

L'incidence budgétaire de la présente proposition de règlement sera couverte par les dotations prévues dans le cadre financier pluriannuel 2021-2027 au titre des enveloppes financières du programme «Europe créative», comme exposé en détail dans la fiche financière législative accompagnant la proposition.

5. AUTRES ÉLÉMENTS

- **Plans de mise en œuvre et modalités de suivi, d'évaluation et d'information**

La Commission établira un cadre global pour le suivi continu des résultats et des incidences de cet instrument législatif. Ce cadre inclura notamment un nouveau mécanisme de surveillance indépendant, afin de détecter et d'évaluer les risques pour le fonctionnement du marché intérieur des services de médias. Une évaluation de l'instrument et un rapport au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social sont envisagés dans les quatre ans suivant son entrée en vigueur, puis tous les quatre ans.

- **Explication détaillée de certaines dispositions de la proposition**

Le chapitre I expose l'objet et le champ d'application du règlement ainsi que les définitions des termes clés utilisés dans le règlement. Il indique notamment que le chapitre II et le chapitre III, section 5, du règlement sont des dispositions d'harmonisation minimales.

Le chapitre II énonce les droits des destinataires des services de médias ainsi que ceux des fournisseurs de services de médias sur le marché intérieur. Il définit également des garde-fous pour le fonctionnement indépendant des médias de service public et les obligations incombant aux fournisseurs de services de médias dans le marché intérieur.

Le chapitre III établit un cadre pour une coopération en matière de régulation et un bon fonctionnement du marché des services de médias.

La section 1 prévoit que les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation indépendants des États membres chargés de la mise en œuvre de la directive SMA sont responsables de l'application dudit chapitre et leur confère les pouvoirs d'enquête nécessaires à l'exécution de leurs tâches.

La section 2 établit le Comité européen pour les services de médias, l'organisme collectif rassemblant les autorités de régulation indépendantes, qui remplace et succède au groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA). Elle énonce les exigences d'indépendance de ce comité et précise sa structure. Le comité recevra le soutien administratif et organisationnel nécessaire à l'exécution de ses missions, fourni par un secrétariat assuré par la Commission. Le chapitre énumère les tâches attribuées au comité par le règlement.

La section 3 établit les règles et procédures pour la coopération et la convergence en matière de régulation dans le marché intérieur des médias: celles-ci incluent un mécanisme pour une coopération structurée, des demandes de mesures de contrôle du respect des obligations, des orientations sur les questions ayant trait à la régulation des médias et une coordination des mesures relatives aux services de médias provenant de pays tiers. Ces dispositions visent à assurer une coopération plus étroite entre les autorités et organismes de régulation nationaux dans différents domaines de la régulation des médias.

La section 4 traite les questions spécifiques relatives à la fourniture de services de médias dans un environnement numérique. En ce qui concerne la fourniture de services de médias sur les très grandes plateformes en ligne, cette section s'appuie sur la législation horizontale existante en fournissant des garde-fous supplémentaires concernant l'intégrité éditoriale des contenus fournis en ligne par les fournisseurs de services de médias adhérant à certaines normes de régulation ou d'autorégulation, et en nouant un dialogue structuré entre les très grandes plateformes en ligne et leurs homologues pertinents de l'écosystème médiatique. Elle prévoit également le droit de personnaliser l'offre de médias audiovisuels dans les dispositifs et leurs interfaces contrôlant l'accès aux services de médias audiovisuels ainsi que l'obligation correspondante, pour les fabricants et développeurs, de rendre techniquement possible une telle personnalisation.

La section 5 établit un cadre juridique pour les mesures nationales affectant les activités des fournisseurs de services de médias et prévoit l'obligation d'adopter des règles et procédures nationales concernant l'évaluation des effets que les concentrations sur les marchés des médias peuvent avoir sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale. Le comité aura pour tâche de prendre position sur les cas dans lesquels le fonctionnement du marché intérieur pourrait se trouver affecté.

La section 6 définit des obligations en ce qui concerne les systèmes et méthodes de mesure de l'audience mis en place par les acteurs concernés sur le marché. Ces règles s'accompagnent d'un encouragement à élaborer des codes de conduite et à favoriser les échanges de bonnes pratiques. La section 6 prévoit également des exigences communes concernant l'allocation des dépenses publiques de publicité aux fournisseurs de services de médias, sans affecter les règles relatives à la passation des marchés publics ni les règles relatives aux aides d'État.

Le chapitre IV énonce les dispositions finales, concernant en particulier la surveillance, l'évaluation et l'établissement de rapports. Le règlement inclut un mécanisme permettant à la Commission de surveiller régulièrement les risques pour le fonctionnement du marché intérieur des services de médias, en consultation avec le comité. Enfin, ce chapitre abroge l'article pertinent de la directive SMA et précise les dates d'entrée en vigueur et d'entrée en application du règlement.

Proposition de

RÈGLEMENT DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL

**établissant un cadre commun pour les services de médias dans le marché intérieur
(législation européenne sur la liberté des médias) et modifiant la directive 2010/13/UE**

(Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)

LE PARLEMENT EUROPÉEN ET LE CONSEIL DE L'UNION EUROPÉENNE,
vu le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, et notamment son article 114,
vu la proposition de la Commission européenne,
après transmission du projet d'acte législatif aux parlements nationaux,
vu l'avis du Comité économique et social européen,
vu l'avis du Comité des régions,
statuant conformément à la procédure législative ordinaire,
considérant ce qui suit:

- (1) Les services de médias indépendants jouent un rôle unique dans le marché intérieur. Ils représentent un secteur en mutation rapide et important sur le plan économique, tout en permettant aussi bien aux citoyens qu'aux entreprises d'avoir accès à une pluralité de points de vue et à des sources d'information fiables, remplissant ainsi la fonction d'intérêt général d'«observateur critique». Les services de médias sont de plus en plus accessibles en ligne et par-delà les frontières; toutefois, ils ne sont pas soumis aux mêmes règles et ne bénéficient pas du même niveau de protection dans tous les États membres.
- (2) Compte tenu de leur rôle unique, la protection de la liberté et du pluralisme des médias constitue une caractéristique essentielle du bon fonctionnement du marché intérieur des services de médias (ou «marché intérieur des médias»). Ce marché a profondément changé depuis le début du XXI^e siècle, en devenant de plus en plus numérique et international. S'il offre de nombreuses possibilités économiques, il est également confronté à un certain nombre de défis. L'Union devrait aider le secteur des médias à saisir ces possibilités au sein du marché intérieur, tout en protégeant les valeurs, telles que la sauvegarde des droits fondamentaux, qui sont communes à l'Union et à ses États membres.
- (3) Dans l'espace des médias numérique, les citoyens et les entreprises accèdent à des contenus médiatiques immédiatement disponibles sur leurs appareils personnels et les consomment ainsi, de plus en plus souvent dans un cadre transfrontière. Les plateformes en ligne mondiales servent de points d'accès vers les contenus médiatiques, en suivant des modèles économiques qui tendent à faire disparaître les intermédiaires pour l'accès aux services de médias et à amplifier les contenus cliquants et la désinformation. Ces plateformes constituent en outre des fournisseurs essentiels de publicité en ligne, ce qui détourne des ressources financières du secteur des médias,

affectant la viabilité financière de ce secteur et, partant, la diversité des contenus proposés. Les services de médias étant des services à forte intensité de connaissance et de capital, ils nécessitent une certaine envergure pour rester compétitifs et prospérer dans le marché intérieur. À cet effet, la possibilité d'offrir des services par-delà les frontières et d'obtenir aussi des investissements dans ou de la part d'autres États membres est particulièrement importante.

- (4) Toutefois, le marché intérieur des services de médias n'est pas suffisamment intégré. Plusieurs restrictions nationales entravent la libre circulation au sein du marché intérieur. En particulier, des règles et approches nationales différentes en matière de pluralisme des médias et d'indépendance éditoriale, une coopération insuffisante entre les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation ainsi qu'une allocation opaque et inéquitable des ressources économiques publiques et privées font qu'il est difficile pour les acteurs sur les marchés des médias d'opérer et de s'étendre au-delà des frontières nationales et entraînent des conditions de concurrence hétérogènes dans l'Union. L'intégrité du marché intérieur des services de médias peut également être compromise par des fournisseurs qui pratiquent systématiquement la désinformation, y compris la manipulation de l'information et l'ingérence, et qui abusent des libertés offertes par le marché intérieur, notamment les fournisseurs de services de médias d'État financés par certains pays tiers.
- (5) En outre, en réaction aux menaces qui pèsent sur le pluralisme et la liberté des médias en ligne, certains États membres ont adopté des mesures réglementaires, et d'autres pourraient leur emboîter le pas, au risque d'aggraver les divergences entre les approches nationales et de restreindre davantage la libre circulation dans le marché intérieur.
- (6) Les destinataires de services de médias dans l'Union (les personnes physiques qui sont ressortissantes d'États membres ou qui bénéficient de droits conférés par le droit de l'Union et les personnes morales établies dans l'Union) devraient pouvoir réellement jouir de la liberté de recevoir des services de médias libres et pluralistes dans le marché intérieur. Il convient, tout en encourageant le flux transfrontière de services de médias, d'assurer un niveau minimal de protection des destinataires de ces services dans le marché intérieur, conformément au droit de recevoir ou de communiquer des informations consacré à l'article 11 de la charte des droits fondamentaux de l'Union européenne (ci-après la «charte»). Il est donc nécessaire d'harmoniser certains aspects des règles nationales relatives aux services de médias. Dans le rapport final de la Conférence sur l'avenir de l'Europe, les citoyens ont exhorté l'UE à promouvoir davantage l'indépendance et le pluralisme des médias, notamment en introduisant une législation visant à lutter contre les menaces qui pèsent sur l'indépendance des médias au moyen de normes minimales applicables dans l'ensemble de l'Union⁴⁶.
- (7) Aux fins du présent règlement, la définition de «service de médias» devrait être limitée aux services tels que définis par le traité et devrait donc englober toutes les formes d'activité économique. Cette définition devrait exclure le contenu généré par l'utilisateur et téléversé sur une plateforme en ligne, à moins que ce contenu ne constitue une activité professionnelle normalement exercée en échange d'une contrepartie (qu'elle soit financière ou d'une autre nature). Elle devrait également exclure la correspondance strictement privée, par exemple les courriers électroniques,

⁴⁶ Conférence sur l'avenir de l'Europe – Rapport sur les résultats finaux, mai 2022, en particulier proposition 27, paragraphe 1, et proposition 37, paragraphe 4.

ainsi que tous les services n'ayant pas pour objet principal la fourniture de programmes audio ou audiovisuels ou de publications de presse, c'est-à-dire ceux dont le contenu est secondaire et ne constitue pas leur finalité principale, tels que les publicités ou les informations relatives à un produit ou à un service fourni par des sites web n'offrant pas de services de médias. La définition de «service de médias» devrait couvrir, en particulier, la radiodiffusion sonore et télévisuelle, les services de médias audiovisuels à la demande, les services audio à la demande et les publications de presse. La communication d'entreprise et la distribution de matériels informatifs ou promotionnels pour des entités publiques ou privées devraient être exclues du champ d'application de cette définition.

- (8) Sur le marché des médias numérisé, les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos ou de très grandes plateformes en ligne peuvent relever de la définition de «fournisseur de services de médias». En général, ces fournisseurs jouent un rôle essentiel dans l'organisation des contenus, y compris par des moyens automatisés ou grâce à des algorithmes, mais n'exercent pas de responsabilité éditoriale sur les contenus auxquels ils donnent accès. Toutefois, dans un environnement médiatique de plus en plus convergent, certains fournisseurs de plateformes de partage de vidéos ou de très grandes plateformes en ligne ont commencé à exercer un contrôle éditorial sur une ou plusieurs parties de leurs services. Dès lors, une telle entité pourrait être qualifiée à la fois de fournisseur de plateforme de partage de vidéos ou fournisseur de très grande plateforme en ligne et de fournisseur de services de médias.
- (9) La définition de la mesure de l'audience devrait englober les systèmes de mesure élaborés conformément aux normes sectorielles adoptées au sein des organisations d'autorégulation, telles que les commissions sectorielles paritaires, ainsi que les systèmes de mesure élaborés en dehors de telles approches d'autorégulation. Ces derniers sont généralement déployés par certains acteurs en ligne qui procèdent eux-mêmes à la mesure de l'audience ou qui proposent au marché leurs systèmes exclusifs de mesure de l'audience, lesquels ne sont pas nécessairement conformes aux normes communément acceptées au sein du secteur. Compte tenu de l'incidence significative qu'ont ces systèmes de mesure de l'audience sur les marchés de la publicité et des médias, il y a lieu d'en tenir compte dans le présent règlement.
- (10) Le terme de «publicité d'État» devrait s'entendre au sens large comme couvrant les activités promotionnelles ou autopromotionnelles entreprises par ou pour un large éventail d'autorités ou d'entités publiques, ou au nom de celles-ci, y compris des pouvoirs publics, des autorités ou des organismes de régulation ainsi que des entreprises publiques ou d'autres entités contrôlées par l'État dans différents secteurs, au niveau national ou régional, ou des pouvoirs publics locaux d'entités territoriales de plus d'un million d'habitants. Toutefois, la définition de la publicité d'État ne devrait pas inclure les messages d'urgence diffusés par les autorités publiques qui sont nécessaires, par exemple, en cas de catastrophe naturelle ou sanitaire, d'accident ou d'autre incident soudain susceptible de causer des dommages à des particuliers.
- (11) Afin que la société récolte les bénéfices du marché intérieur des médias, il est essentiel non seulement de garantir les libertés fondamentales au titre du traité, mais aussi la sécurité juridique dont les destinataires des services de médias ont besoin pour profiter des bénéfices correspondants. Ces destinataires devraient avoir accès à des services de médias de qualité, produits par des journalistes et des chefs de rédaction de manière indépendante et conformément aux normes journalistiques, et fournissant par conséquent des informations fiables, y compris des contenus d'information et d'actualité. Ce droit ne suppose pas l'obligation correspondante pour un fournisseur de

services de médias d'adhérer à des normes non expressément énoncées par la législation. Ces services de médias de qualité représentent également un antidote contre la désinformation, y compris contre la manipulation de l'information et l'ingérence étrangères.

- (12) Le présent règlement n'a pas d'incidence sur la liberté d'expression garantie aux particuliers par la charte. La Cour européenne des droits de l'homme a observé que, dans un secteur aussi sensible que celui des médias audiovisuels, au devoir négatif de non-ingérence s'ajoute pour l'État une obligation positive de mettre en place un cadre législatif et administratif approprié pour garantir un pluralisme effectif⁴⁷.
- (13) La libre circulation d'informations fiables est essentielle au bon fonctionnement du marché intérieur des services de médias. La fourniture de services de médias ne devrait donc faire l'objet d'aucune restriction contraire au présent règlement ou à d'autres règles du droit de l'Union, telles que la directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil⁴⁸, prévoyant des mesures nécessaires à la protection des utilisateurs contre les contenus illégaux ou préjudiciables. Des restrictions pourraient également provenir de mesures appliquées par des autorités publiques nationales en conformité avec le droit de l'Union.
- (14) La protection de l'indépendance éditoriale constitue une condition préalable à l'exercice de l'activité du fournisseur de services de médias et à son intégrité professionnelle. L'indépendance éditoriale est particulièrement importante pour les fournisseurs de services de médias qui publient des contenus d'information et d'actualité, compte tenu du rôle sociétal que jouent ces contenus en tant que biens publics. Les fournisseurs de services de médias devraient être en mesure d'exercer librement leurs activités économiques dans le marché intérieur et de se livrer concurrence sur un pied d'égalité dans un environnement se déployant de plus en plus en ligne, dans lequel l'information circule au-delà des frontières.
- (15) Les États membres ont adopté différentes approches afin d'assurer la protection de l'indépendance éditoriale, qui est de plus en plus menacée dans l'ensemble de l'Union. En particulier, on constate une ingérence de plus en plus marquée dans les décisions éditoriales des fournisseurs de services de médias de plusieurs États membres. Cette ingérence peut être directe ou indirecte et provenir de l'État ou d'autres acteurs, y compris des autorités publiques, des élus, des représentants du gouvernement et des politiciens, par exemple pour obtenir un avantage politique. Les actionnaires et les autres parties privées possédant une participation dans une société fournissant des services de médias peuvent agir d'une manière qui rompt l'équilibre nécessaire entre leurs propres libertés d'entreprise et d'expression, d'une part, et la liberté d'expression éditoriale et les droits à l'information des utilisateurs, d'autre part, afin d'obtenir un avantage économique ou autre. En outre, les tendances récentes de la distribution et de la consommation de médias, y compris, en particulier, dans l'environnement en ligne, ont incité les États membres à envisager l'adoption de législations visant à réguler l'offre de contenus médiatiques. Les approches suivies par les fournisseurs de services de médias pour garantir l'indépendance éditoriale varient elles aussi. Cette ingérence et cette fragmentation de la régulation et des approches ont une incidence négative sur

⁴⁷ Arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme (Grande chambre) du 7 juin 2012, affaire Centro Europa 7 S.R.L. et Di Stefano c. Italie, requête n° 38433/09, point 134.

⁴⁸ Directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010 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») (JO L 95 du 15.4.2010, p. 1).

les conditions dans lesquelles les fournisseurs de services de médias exercent leurs activités économiques et, en fin de compte, sur la qualité des services de médias dont bénéficient les citoyens et les entreprises dans le marché intérieur. Il est donc nécessaire de mettre en place des garde-fous efficaces permettant l'exercice de la liberté éditoriale dans toute l'Union, de manière que les fournisseurs de services de médias puissent produire et distribuer en toute indépendance leurs contenus par-delà les frontières et que les destinataires des services puissent recevoir ces contenus.

- (16) Les journalistes et les chefs de rédaction sont les principaux acteurs de la production et de l'offre de contenus médiatiques fiables, un rôle qu'ils remplissent notamment en publiant des contenus d'information ou d'actualité. Il est donc essentiel de protéger la capacité des journalistes à recueillir, vérifier et analyser les informations, y compris celles qui leur sont communiquées de manière confidentielle. En particulier, les fournisseurs de services de médias et les journalistes (notamment ceux qui exercent leur emploi sous des formes atypiques, tels que les indépendants) devraient pouvoir compter sur une solide protection des sources et des communications journalistiques, y compris contre le déploiement de technologies de surveillance: en effet, sans une telle protection, les sources peuvent être dissuadées d'aider les médias à informer le public sur des sujets d'intérêt général. La liberté des journalistes d'exercer leur activité économique et de remplir leur rôle crucial d'«observateur critique» risque, par conséquent, de s'en trouver limitée, ce qui nuit à l'accès à des services de médias de qualité. La protection des sources journalistiques contribue à la protection du droit fondamental consacré à l'article 11 de la charte.
- (17) La protection des sources journalistiques est actuellement réglementée de manière hétérogène dans les États membres. Certains États membres garantissent une protection absolue contre les pressions exercées sur les journalistes pour les contraindre à divulguer des informations identifiant leurs sources dans les procédures pénales et administratives. D'autres États membres offrent une protection conditionnelle, limitée aux procédures judiciaires fondées sur certaines incriminations pénales, tandis que d'autres encore assurent une protection sous la forme d'un principe général. Cela entraîne une fragmentation dans le marché intérieur des médias. Par conséquent, les journalistes, qui travaillent de plus en plus souvent sur des projets transfrontières et fournissent leurs services à des publics internationaux, et par extension les fournisseurs de services de médias, risquent de rencontrer des obstacles, une insécurité juridique et des conditions de concurrence hétérogènes. Partant, la protection des sources et des communications journalistiques doit être harmonisée et consolidée au niveau de l'Union.
- (18) Les médias de service public établis par les États membres jouent un rôle particulier dans le marché intérieur des médias, en veillant, dans le cadre de leur mission, à ce que les citoyens et les entreprises aient accès à des informations de qualité et à une couverture médiatique impartiale. Toutefois, les médias de service public peuvent être particulièrement exposés au risque d'ingérence, compte tenu de leur proximité institutionnelle avec l'État et du financement public qu'ils reçoivent. Ce risque peut être exacerbé par des garanties hétérogènes en matière de gouvernance indépendante et de couverture équilibrée par les médias de service public dans l'Union. Cette situation peut donner lieu à une couverture médiatique partielle ou biaisée, fausser la concurrence dans le marché intérieur des médias et avoir une incidence négative sur l'accès à des services de médias indépendants et impartiaux. Il est donc nécessaire, sur la base des normes internationales définies à cet égard par le Conseil de l'Europe, de mettre en place des garde-fous juridiques en ce qui concerne le fonctionnement

indépendant des médias de service public dans l'ensemble de l'Union. Il est également nécessaire de garantir que, sans préjudice de l'application des règles de l'Union relatives aux aides d'État, les fournisseurs de médias de service public bénéficient d'un financement stable et suffisant pour remplir leur mission, qui assure la prévisibilité de leur planification. De préférence, ce financement devrait être déterminé et alloué sur une base pluriannuelle, conformément à la mission de service public des fournisseurs de médias de service public, afin d'éviter les risques d'influence induite liés à des négociations budgétaires annuelles. Les exigences énoncées dans le présent règlement n'ont pas d'incidence sur la compétence des États membres de pourvoir au financement des médias de service public, consacrée par le protocole n° 29 sur le système de radiodiffusion publique dans les États membres annexé au traité sur l'Union européenne et au traité sur le fonctionnement de l'Union européenne.

- (19) Il est essentiel que les destinataires de services de médias sachent avec certitude qui possède et qui se trouve derrière les médias d'information, de manière à pouvoir repérer et comprendre les conflits d'intérêts potentiels, ce qui est indispensable pour se forger un avis éclairé et, dès lors, pour participer activement à la démocratie. Cette transparence est également un outil efficace pour limiter les risques d'ingérence dans l'indépendance éditoriale. Il est donc nécessaire d'introduire, pour tous les fournisseurs de services de médias concernés dans l'Union, des exigences d'information communes qui devraient inclure des obligations proportionnées de divulguer des informations relatives à la propriété des médias. Dans ce contexte, les mesures adoptées par les États membres au titre de l'article 30, paragraphe 9, de la directive (UE) 2015/849⁴⁹ ne devraient pas s'en trouver contrariées. Les informations demandées devraient être communiquées par les fournisseurs concernés sur leur site web ou sur un autre support aisément et directement accessible.
- (20) L'intégrité des médias nécessite également que les entreprises de médias d'information adoptent une approche proactive afin de promouvoir l'indépendance éditoriale, notamment en se dotant de garde-fous internes. Les fournisseurs de services de médias devraient adopter des mesures proportionnées afin de garantir, une fois que la ligne éditoriale générale a fait l'objet d'un accord entre les propriétaires et les chefs de rédaction, la liberté de ces derniers de prendre des décisions individuelles dans le cadre de leur activité professionnelle. L'objectif de protéger les chefs de rédaction contre les ingérences indues dans les décisions qu'ils prennent sur des contenus spécifiques dans le cadre de leur travail quotidien contribue à assurer des conditions de concurrence équitables dans le marché intérieur des services de médias ainsi qu'à garantir la qualité de ces services. Cet objectif est également conforme au droit fondamental de recevoir ou de communiquer des informations consacré à l'article 11 de la charte. Eu égard à ces considérations, les fournisseurs de services de médias devraient également assurer une transparence, vis-à-vis des destinataires de leurs services, en ce qui concerne les conflits d'intérêts avérés ou potentiels.
- (21) Afin d'alléger la charge réglementaire, les microentreprises au sens de l'article 3 de la directive 2013/34/UE du Parlement européen et du Conseil⁵⁰ devraient être exemptées

⁴⁹ Directive (UE) 2015/849 du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 2015 relative à la prévention de l'utilisation du système financier aux fins du blanchiment de capitaux ou du financement du terrorisme, modifiant le règlement (UE) n° 648/2012 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 2005/60/CE du Parlement européen et du Conseil et la directive 2006/70/CE de la Commission (JO L 141 du 5.6.2015, p. 73).

⁵⁰ Directive 2013/34/UE du Parlement européen et du Conseil du 26 juin 2013 relative aux états financiers annuels, aux états financiers consolidés et aux rapports y afférents de certaines formes d'entreprises, modifiant la directive 2006/43/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant les directives 78/660/CEE et 83/349/CEE du Conseil (JO L 182 du 29.6.2013, p. 19).

des obligations en matière d'information et de garde-fous internes visant à garantir l'indépendance des décisions éditoriales individuelles. En outre, les fournisseurs de services de médias devraient être libres d'adapter les garde-fous internes en fonction de leurs besoins, en particulier s'ils sont des petites ou moyennes entreprises au sens de l'article susmentionné. La recommandation qui accompagne le présent règlement⁵¹ propose un catalogue de garde-fous internes d'application volontaire pouvant être adoptés à cet égard au sein des entreprises de médias. Le présent règlement ne devrait pas être interprété en ce sens qu'il priverait les propriétaires de fournisseurs de services de médias privés de leur prérogative consistant à fixer des objectifs stratégiques ou généraux et à favoriser la croissance et la viabilité financière de leur entreprise. À cet égard, le présent règlement reconnaît que l'objectif d'encourager l'indépendance éditoriale doit être concilié avec les droits et les intérêts légitimes des propriétaires de médias privés.

- (22) Des autorités nationales ou des organismes nationaux de régulation indépendant(e)s sont essentiel(le)s à l'application adéquate de la législation relative aux médias dans l'ensemble de l'Union. Les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation visés à l'article 30 de la directive 2010/13/UE sont les mieux placé(e)s pour assurer l'application correcte des exigences relatives à la coopération en matière de régulation et au bon fonctionnement du marché des services de médias, prévues au chapitre III du présent règlement. Afin de garantir une application cohérente du présent règlement et des autres dispositions du droit de l'Union relatives aux médias, il est nécessaire de créer un organe consultatif au niveau de l'Union regroupant ces autorités ou ces organismes et coordonnant leurs actions. Le groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA), institué par la directive 2010/13/UE, a joué un rôle essentiel dans la promotion de la mise en œuvre cohérente de cette directive. Il convient donc que le comité européen pour les services de médias (ci-après le «comité») s'appuie sur le travail accompli par l'ERGA et le remplace. Cela nécessite une modification ciblée de la directive 2010/13/UE afin d'en supprimer l'article 30 *ter*, qui institue l'ERGA, et de remplacer en conséquence les références faites à l'ERGA et à ses missions. La modification de la directive 2010/13/UE par le présent règlement est justifiée en l'espèce étant donné qu'elle est limitée à une disposition qui n'a pas besoin d'être transposée par les États membres et dont les destinataires sont les institutions de l'Union.
- (23) Le comité devrait réunir de hauts représentants des autorités nationales ou des organismes nationaux de régulation visés à l'article 30 de la directive 2010/13/UE, nommés par ces autorités ou ces organismes. Dans le cas où un État membre compterait plus d'une autorité nationale ou d'un organisme national de régulation, y compris au niveau régional, un représentant commun devrait être choisi par des procédures appropriées et le droit de vote devrait rester limité à un représentant par État membre. Cela ne devrait pas avoir d'incidence sur la possibilité pour les autres autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation de participer, selon les besoins, aux réunions du comité. Le comité devrait également avoir la possibilité d'inviter à ses réunions, en accord avec la Commission, des experts et des observateurs, y compris, en particulier, des autorités ou des organismes de régulation des pays candidats, des pays candidats potentiels, des pays de l'EEE ou des délégués ad hoc d'autres autorités nationales compétentes. Compte tenu de la sensibilité du secteur des médias et conformément à la pratique décisionnelle suivie par l'ERGA en

⁵¹ JO C [...] du [...], p. [...].

vertu de son règlement de procédure, le comité devrait adopter ses décisions à la majorité des deux tiers des suffrages.

- (24) Sans préjudice des pouvoirs conférés à la Commission par les traités, il est essentiel que la Commission et le comité coopèrent et travaillent en étroite collaboration. En particulier, le comité devrait soutenir activement la Commission dans le cadre de ses missions visant à assurer l'application cohérente du présent règlement et des règles nationales mettant en œuvre la directive 2010/13/UE. À cet effet, le comité devrait notamment conseiller et prêter assistance à la Commission sur les aspects réglementaires, techniques ou pratiques pertinents pour l'application du droit de l'Union, promouvoir la coopération et l'échange efficace d'informations, d'expériences et de bonnes pratiques et rédiger des avis en accord avec la Commission ou à la demande de celle-ci dans les cas envisagés par le présent règlement. Afin de s'acquitter efficacement de ses tâches, le comité devrait pouvoir compter sur l'expertise et les ressources humaines d'un secrétariat fourni par la Commission. Le secrétariat de la Commission devrait fournir un soutien administratif et organisationnel au comité et aider ce dernier dans l'exécution de ses tâches.
- (25) La coopération en matière de régulation entre les autorités ou les organismes de régulation indépendants est essentielle au bon fonctionnement du marché intérieur des services de médias. Toutefois, la directive 2010/13/UE ne prévoit pas de cadre de coopération structuré pour les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation. Depuis la révision du cadre réglementaire de l'Union en matière de services de médias audiovisuels par la directive 2018/1808/UE du Parlement européen et du Conseil⁵², qui a élargi son champ d'application aux plateformes de partage de vidéos, la nécessité d'une coopération étroite entre les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation se fait de plus en plus sentir, en particulier pour régler les dossiers transfrontières. Cette nécessité est également justifiée au vu des problèmes qui émergent dans l'environnement médiatique de l'UE et auxquels le présent règlement entend remédier, notamment en confiant de nouvelles missions aux autorités nationales ou aux organismes nationaux de régulation.
- (26) Afin de contrôler le respect effectif de la législation de l'Union relative aux médias, d'empêcher le contournement potentiel des règles applicables en matière de médias par des fournisseurs de services de médias malhonnêtes et d'éviter l'apparition d'obstacles supplémentaires dans le marché intérieur des services de médias, il est essentiel de prévoir un cadre clair, juridiquement contraignant, dans lequel les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation puissent coopérer de manière efficace et efficiente.
- (27) Compte tenu de la nature paneuropéenne des plateformes de partage de vidéos, les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation doivent disposer d'un outil spécifique afin de protéger les spectateurs des services de plateformes de partage de vidéos contre certains contenus illégaux et préjudiciables, y compris les communications commerciales. En particulier, un mécanisme doit être mis en place afin de permettre à toute autorité nationale ou tout organisme national de régulation compétent(e) de demander à ses pairs de prendre des mesures nécessaires et proportionnées en vue de contrôler le respect par les fournisseurs de plateformes de

⁵²

Directive (UE) 2018/1808 du Parlement européen et du Conseil du 14 novembre 2018 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 (JO L 303 du 28.11.2018, p. 69).

partage de vidéos des obligations imposées par cet article. Dans le cas où l'utilisation de ce mécanisme ne déboucherait pas sur une solution amiable, la liberté de fournir des services de la société de l'information depuis un autre État membre ne peut être limitée que si les conditions énoncées à l'article 3 de la directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil⁵³ sont remplies et si la procédure établie dans cet article a été suivie.

- (28) Il est essentiel de garantir une pratique de régulation cohérente en ce qui concerne le présent règlement et la directive 2010/13/UE. À cet effet, et afin de contribuer à garantir une mise en œuvre convergente de la législation de l'UE relative aux médias, la Commission peut publier des lignes directrices sur des questions couvertes tant par le présent règlement que par la directive 2010/13/UE, lorsque cela s'avère nécessaire. Au moment de décider de publier des lignes directrices, la Commission devrait tenir compte, en particulier, des problèmes de régulation affectant un nombre significatif d'États membres, ou de ceux présentant un élément transfrontière. Tel est notamment le cas pour les mesures nationales adoptées au titre de l'article 7 *bis* de la directive 2010/13/UE concernant la visibilité appropriée pour les services de médias audiovisuels d'intérêt général. Compte tenu de l'abondance d'informations et de l'utilisation croissante de moyens numériques pour accéder aux médias, il importe d'assurer la visibilité des contenus d'intérêt général, afin de contribuer à garantir des conditions de concurrence équitables dans le marché intérieur et le respect du droit fondamental de recevoir des informations consacré à l'article 11 de la charte des droits fondamentaux de l'Union européenne. En raison de l'incidence potentielle des mesures nationales adoptées au titre de l'article 7 *bis* sur le fonctionnement du marché intérieur des médias, des lignes directrices de la Commission seraient importantes pour assurer la sécurité juridique dans ce domaine. Il serait également utile de fournir des orientations concernant les mesures nationales adoptées au titre de l'article 5, paragraphe 2, de la directive 2010/13/UE afin de veiller à ce que le public dispose d'informations accessibles, exactes et à jour sur la propriété des médias. Dans le cadre de la préparation de ses lignes directrices, la Commission devrait être assistée du comité. Ce dernier devrait notamment partager avec la Commission son expertise réglementaire, technique et pratique concernant les domaines et les thèmes couverts par les lignes directrices élaborées.
- (29) Afin d'assurer des conditions de concurrence équitables entre les fournisseurs de divers services de médias audiovisuels, face aux évolutions technologiques dans le marché intérieur, il est nécessaire de trouver des prescriptions techniques communes pour les appareils contrôlant ou gérant l'accès aux services de médias audiovisuels et l'utilisation de ces services ou transportant les signaux numériques qui acheminent le contenu audiovisuel de sa source vers sa destination. Dans ce contexte, il est important d'éviter les normes techniques divergentes qui créent des obstacles et des coûts supplémentaires pour le secteur et les consommateurs et d'encourager, dans le même temps, des solutions permettant de respecter les obligations existantes en matière de services de médias audiovisuels.
- (30) Les autorités ou les organismes de régulation visés à l'article 30 de la directive 2010/13/UE disposent d'une expertise pratique particulière qui leur permet

⁵³

Directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur («directive sur le commerce électronique») (JO L 178 du 17.7.2000, p. 1).

de concilier efficacement les intérêts des fournisseurs et destinataires de services de médias tout en assurant le respect de la liberté d'expression. Cette expertise est cruciale, en particulier, pour protéger le marché intérieur contre les activités des fournisseurs de services de médias établis en dehors de l'Union et ciblant des publics dans l'Union, lorsque, notamment eu égard au contrôle que peuvent exercer des pays tiers sur eux, ils peuvent porter atteinte ou présenter un risque d'atteinte à la sécurité publique et à la défense. À cet égard, la coordination entre les autorités ou les organismes de régulation nationaux afin de faire face ensemble aux menaces potentielles pour la sécurité publique et la défense découlant de tels services de médias doit être renforcée et faire l'objet d'un cadre juridique afin d'assurer l'efficacité et la coordination éventuelle des mesures nationales adoptées conformément à la législation de l'Union relative aux médias. Afin de veiller à ce que les services de médias suspendus dans certains États membres au titre de l'article 3, paragraphes 3 et 5, de la directive 2010/13/UE ne continuent pas d'être fournis par satellite ou par d'autres moyens dans ces États membres, un mécanisme de coopération et d'assistance mutuelles accélérées devrait également être disponible en vue de garantir l'effet utile des mesures nationales concernées, en conformité avec le droit de l'Union. En outre, il est nécessaire de coordonner les mesures nationales susceptibles d'être adoptées afin de lutter contre les menaces pour la sécurité publique et la défense découlant de services de médias établis en dehors de l'Union et ciblant des publics dans l'Union, y compris en donnant la possibilité au comité, en accord avec la Commission, de rendre des avis sur de telles mesures, le cas échéant. À cet égard, les risques pour la sécurité publique et la défense doivent être évalués en tenant compte de tous les éléments de fait et de droit pertinents, aux niveaux national et européen, et ce, sans préjudice de la compétence de l'Union au titre de l'article 215 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne.

- (31) Pour de nombreux utilisateurs, les très grandes plateformes en ligne servent de points d'accès aux services de médias. Les fournisseurs de services de médias qui exercent une responsabilité éditoriale sur leur contenu jouent un rôle important dans la distribution de l'information ainsi que dans l'exercice de la liberté d'information en ligne. Lorsqu'ils exercent cette responsabilité éditoriale, ils sont censés agir de manière diligente et fournir des informations fiables et respectueuses des droits fondamentaux, conformément aux obligations de régulation ou d'autorégulation auxquelles ils sont soumis dans les États membres. Dès lors, également eu égard à la liberté d'information des utilisateurs, lorsque les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne considèrent que le contenu fourni par de tels fournisseurs de services de médias est incompatible avec leurs conditions générales, sans que ce contenu contribue à l'un des risques systémiques visés à l'article 26 du règlement (UE) 2022/XXX [législation sur les services numériques], ils devraient tenir dûment compte de la liberté et du pluralisme des médias, conformément au règlement (UE) 2022/XXX [législation sur les services numériques], et fournir, dès que possible, les explications nécessaires aux fournisseurs de services de médias, en tant qu'entreprises utilisatrices, au moyen de l'exposé des motifs prévu par le règlement (UE) 2019/1150 du Parlement européen et du Conseil⁵⁴. Afin de réduire au maximum l'incidence d'une restriction de ce contenu sur la liberté d'information des utilisateurs, les très grandes plateformes en ligne devraient s'efforcer de fournir cet exposé des motifs avant que la restriction ne prenne effet, sans préjudice de leurs obligations au titre du règlement (UE) 2022/XXX

⁵⁴ Règlement (UE) 2019/1150 du Parlement européen et du Conseil du 20 juin 2019 promouvant l'équité et la transparence pour les entreprises utilisatrices de services d'intermédiation en ligne (JO L 186 du 11.7.2019, p. 57).

[législation sur les services numériques]. En particulier, le présent règlement ne devrait pas empêcher un fournisseur de très grande plateforme en ligne de prendre des mesures rapides contre les contenus illégaux diffusés au moyen de son service ou afin d'atténuer les risques systémiques découlant de la diffusion de certains contenus au moyen de son service, en conformité avec le droit de l'Union, en particulier le règlement (UE) 2022/XXX [législation sur les services numériques].

- (32) Il est également justifié, eu égard à l'incidence positive attendue sur la libre prestation de services et la liberté d'expression, que lorsque les fournisseurs de services de médias adhèrent à certaines normes de régulation ou d'autorégulation, les plaintes qu'ils déposent contre des décisions de fournisseurs de très grandes plateformes en ligne soient traitées prioritairement et sans retard injustifié.
- (33) À cet effet, les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne devraient prévoir, sur leur interface en ligne, une fonctionnalité permettant aux fournisseurs de services de médias de déclarer qu'ils satisfont à certaines exigences, tout en conservant la possibilité de ne pas accepter une telle déclaration sur l'honneur lorsqu'ils estiment que ces conditions ne sont pas remplies. Les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne peuvent se fonder sur les informations relatives au respect de ces exigences, par exemple la norme lisible par machine élaborée par l'Initiative pour la fiabilité de l'information (Journalism Trust Initiative – JTI) ou d'autres codes de conduite pertinents. Des lignes directrices de la Commission peuvent être utiles pour faciliter une mise en œuvre efficace de cette fonctionnalité, y compris en ce qui concerne les modalités de participation des organisations de la société civile concernées dans l'examen des déclarations et la consultation du régulateur du pays d'établissement, le cas échéant, et pour remédier à tout abus potentiel de cette fonctionnalité.
- (34) Le présent règlement reconnaît l'importance des mécanismes d'autorégulation dans le contexte de la fourniture de services de médias sur de très grandes plateformes en ligne. Ces mécanismes représentent une sorte d'initiative volontaire, par exemple sous la forme de codes de conduite, permettant aux fournisseurs de services de médias ou à leurs représentants d'adopter des lignes directrices communes, y compris sur les normes éthiques, la correction des erreurs ou le traitement des plaintes, entre eux et pour eux. Une autorégulation des médias solide, inclusive et largement reconnue représente une garantie effective de la qualité et du professionnalisme des services de médias et est capitale pour préserver l'intégrité éditoriale.
- (35) Les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne devraient échanger avec les fournisseurs de services de médias qui respectent des normes de crédibilité et de transparence et qui considèrent que ces fournisseurs de très grandes plateformes en ligne leur imposent souvent des restrictions de contenu sans motifs suffisants afin de trouver une solution amiable en vue de mettre fin aux éventuelles restrictions injustifiées et à les éviter à l'avenir. Les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne devraient participer à ces échanges de bonne foi, en accordant une attention particulière à la protection de la liberté des médias et de la liberté d'information.
- (36) En s'appuyant sur le rôle utile joué par l'ERGA dans la surveillance du respect du code de bonnes pratiques contre la désinformation de l'UE par ses signataires, le comité devrait, au moins sur une base annuelle, organiser un dialogue structuré entre les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne, les représentants des fournisseurs de services de médias et les représentants de la société civile afin de favoriser l'accès à diverses offres de médias indépendants sur les très grandes plateformes en ligne, de discuter des expériences et des bonnes pratiques relatives à l'application des

dispositions pertinentes du présent règlement et de surveiller le respect des initiatives d'autorégulation visant à protéger la société contre les contenus préjudiciables, y compris celles ayant pour but de lutter contre la désinformation. La Commission peut, s'il y a lieu, examiner les rapports rendant compte des résultats de ces dialogues structurés au moment d'évaluer les problèmes systémiques et émergents dans l'ensemble de l'Union au titre du règlement (UE) 2022/XXX [législation sur les services numériques] et peut demander le soutien du comité à cet effet.

- (37) Les destinataires de services de médias audiovisuels devraient pouvoir choisir en connaissance de cause les contenus audiovisuels qu'ils souhaitent regarder en fonction de leurs préférences. Toutefois, leur liberté, à cet égard, pourrait être limitée par des pratiques commerciales du secteur des médias, à savoir des accords de priorisation des contenus conclus entre les fabricants d'appareils ou les fournisseurs d'interfaces utilisateur contrôlant ou gérant l'accès aux services de médias audiovisuels et l'utilisation de ces services, par exemple des téléviseurs connectés, et les fournisseurs de services de médias. Cette priorisation peut être effectuée, par exemple, sur l'écran d'accueil d'un appareil, au moyen de raccourcis incorporés aux appareils informatiques ou aux logiciels, d'applications et de zones de recherche, ce qui a des répercussions sur le comportement de visionnage des destinataires, qui peuvent être indûment encouragés à préférer certaines offres de médias audiovisuels à d'autres. Les destinataires de services devraient avoir la possibilité de modifier, de manière simple et facile à comprendre, le paramétrage par défaut d'un appareil ou d'une interface utilisateur contrôlant ou gérant l'accès aux services de médias audiovisuels et l'utilisation de ces services, sans préjudice des mesures visant à assurer une visibilité appropriée pour les services de médias audiovisuels d'intérêt général mettant en œuvre l'article 7 *bis* de la directive 2010/13/CE, adoptées en considération d'intérêts publics légitimes.
- (38) Des mesures législatives, réglementaires ou administratives différentes peuvent nuire au fonctionnement des fournisseurs de services de médias dans le marché intérieur. Ces mesures incluent notamment les règles visant à limiter la propriété des entreprises de médias par d'autres entreprises actives dans le secteur des médias ou dans des secteurs non liés aux médias; elles comprennent également les décisions relatives à l'attribution de licences, aux autorisations ou aux notifications préalables concernant les fournisseurs de services de médias. Afin d'atténuer l'incidence négative potentielle de ces mesures sur le fonctionnement du marché intérieur des services de médias et d'améliorer la sécurité juridique, il importe que ces mesures soient conformes aux principes de justification objective, de transparence, de non-discrimination et de proportionnalité.
- (39) Il est également capital que le comité soit habilité à rendre un avis, à la demande de la Commission, lorsque des mesures nationales risquent d'avoir une incidence sur le fonctionnement du marché intérieur des services de médias. Tel est par exemple le cas lorsqu'une mesure administrative nationale est adressée à un fournisseur de services de médias destinant ses services à plusieurs États membres, ou lorsque le fournisseur de services de médias concerné exerce une influence considérable sur la formation de l'opinion publique dans l'État membre où il est actif.
- (40) Les médias jouent un rôle déterminant pour façonner l'opinion publique et aider les citoyens à participer aux processus démocratiques. C'est pourquoi les États membres devraient prévoir, dans leurs systèmes juridiques, des règles et procédures visant à assurer une évaluation des concentrations sur les marchés des médias susceptibles d'influer sensiblement sur le pluralisme des médias ou l'indépendance éditoriale. Ces

règles et procédures peuvent avoir une incidence sur la libre prestation de services de médias dans le marché intérieur et doivent être correctement encadrées et être transparentes, objectives, proportionnées et non discriminatoires. Les concentrations sur les marchés des médias soumises à de telles règles devraient être entendues comme englobant celles qui sont susceptibles d'avoir pour conséquence qu'une seule entité contrôlera ou aura des intérêts importants dans les services de médias influençant considérablement la formation de l'opinion publique sur un marché des médias donné, dans un sous-secteur des médias ou dans différents secteurs de médias dans un ou plusieurs États membres. Un critère important à prendre en considération est la réduction, à la suite de la concentration, des avis concurrents au sein de ce marché.

- (41) Les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation, qui disposent d'une expertise particulière dans le domaine du pluralisme des médias, devraient être associés à l'évaluation des effets que les concentrations sur les marchés des médias peuvent avoir sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale lorsqu'ils ne sont pas eux-mêmes les autorités ou organismes désignés. Afin de favoriser la sécurité juridique et de faire en sorte que les règles et procédures visent réellement à protéger le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale, il est essentiel que des critères objectifs, non discriminatoires et proportionnés soient définis à l'avance pour la notification et l'évaluation des effets que les concentrations sur les marchés des médias peuvent avoir sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale.
- (42) Lorsqu'une concentration sur un marché des médias constitue une concentration relevant du champ d'application du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil⁵⁵, l'application du présent règlement ou de toute règle ou procédure adoptée par les États membres au titre du présent règlement ne devrait pas affecter l'application de l'article 21, paragraphe 4, du règlement (CE) n° 139/2004. Toute mesure adoptée par les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation désignés ou concernés, sur le fondement de leur évaluation des effets que les concentrations sur les marchés des médias peuvent avoir sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale, devrait donc avoir pour but de protéger des intérêts légitimes au sens de l'article 21, paragraphe 4, troisième alinéa, du règlement (CE) n° 139/2004, et devrait être conforme aux principes généraux et aux autres dispositions du droit de l'Union.
- (43) Le comité devrait être habilité à rendre des avis sur les projets de décisions ou d'avis des autorités ou organismes de régulation nationaux désignés ou concernés, lorsque les concentrations soumises à l'obligation de notification risquent d'avoir une incidence sur le fonctionnement du marché intérieur des médias. Tel serait le cas, par exemple, si ces concentrations impliquaient au moins une entreprise établie dans un autre État membre ou active dans plusieurs États membres ou avaient pour conséquence que des fournisseurs de services de médias exercent une influence considérable sur la formation de l'opinion publique sur un marché des médias donné. En outre, lorsque les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation compétents n'ont pas évalué les effets de la concentration sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale, ou lorsqu'elles (ils) n'ont pas consulté le comité au sujet d'une concentration donnée sur un marché des médias, mais que cette concentration est jugée susceptible d'avoir une incidence sur le fonctionnement du marché intérieur des services de médias, le comité devrait pouvoir rendre un avis, à la demande de la

⁵⁵ Règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 20 janvier 2004 relatif au contrôle des concentrations entre entreprises (le «règlement CE sur les concentrations») (JO L 24 du 29.1.2004, p. 1).

Commission. En tout état de cause, la Commission conserve la possibilité de rendre ses propres avis à la suite de ceux élaborés par le Comité.

- (44) Afin d'assurer le pluralisme des marchés des médias, les autorités ou organismes nationaux et le comité devraient tenir compte d'un ensemble de critères. En particulier, l'incidence sur le pluralisme des médias devrait être prise en considération, notamment l'effet sur la formation de l'opinion publique, en tenant compte de l'environnement en ligne. Parallèlement, il y a lieu d'examiner si d'autres médias, fournissant des contenus différents et alternatifs, coexisteraient toujours sur le(s) marché(s) concerné(s) après la concentration en question. L'évaluation des garde-fous destinés à protéger d'indépendance éditoriale devrait inclure l'examen des risques éventuels d'ingérence induite par le propriétaire ou la structure de gestion ou de gouvernance potentielle, dans les décisions éditoriales individuelles de l'entité acquise ou issue de la concentration. Les garde-fous internes existants ou envisagés en vue de préserver l'indépendance des décisions éditoriales individuelles au sein des entreprises de médias concernées devraient également être pris en considération. Au moment d'évaluer les incidences potentielles, il convient aussi de tenir compte des effets de la concentration en question sur la viabilité économique de la ou des entités faisant l'objet de la concentration. Il y a également lieu d'examiner si, en l'absence de la concentration, ces entités seraient économiquement viables, en ce sens qu'elles seraient capables, à moyen terme, de continuer de fournir des services de médias de qualité, technologiquement adaptés et dotés de ressources suffisantes, et de développer ces services sur le marché.
- (45) La mesure de l'audience a une incidence directe sur l'allocation et les prix de la publicité, qui représente une source de revenus essentielle pour le secteur des médias. La mesure de l'audience constitue un outil fondamental pour évaluer la performance des contenus médiatiques et comprendre les préférences du public afin de planifier la future production de contenus. Dès lors, les acteurs sur les marchés des médias, en particulier les fournisseurs de services de médias et les annonceurs, devraient pouvoir s'appuyer sur des données d'audience objectives, provenant de solutions de mesure de l'audience transparentes, non biaisées et vérifiables. Toutefois, certains acteurs qui sont récemment apparus dans l'écosystème médiatique fournissent leurs propres services de mesure, sans mettre à disposition des informations sur leurs méthodes. Cela pourrait donner lieu à des asymétries d'information entre les acteurs sur les marchés des médias ainsi qu'à d'éventuelles distorsions de marchés, au détriment de l'égalité des chances des fournisseurs de services de médias sur les marchés.
- (46) Afin d'améliorer la vérifiabilité et la fiabilité des méthodes de mesure de l'audience, en particulier en ligne, des obligations de transparence devraient être imposées aux fournisseurs de services de mesure de l'audience qui ne respectent pas les valeurs de référence du secteur convenues au sein des organismes d'autorégulation compétents. Conformément à ces obligations, ces acteurs devraient, sur demande et dans la mesure du possible, fournir aux annonceurs et aux fournisseurs de services de médias ou aux parties agissant en leur nom des informations décrivant les méthodes utilisées pour mesurer l'audience. Ces informations pourraient concerner certains paramètres, tels que la taille de l'échantillon analysé, la définition des indicateurs mesurés, les unités de mesure, les méthodes de mesure et la marge d'erreur ainsi que la période de mesure. Les obligations découlant du présent règlement sont sans préjudice des éventuelles obligations applicables aux fournisseurs de services de mesure de l'audience au titre du règlement (UE) 2019/1150 ou du règlement (UE) 2022/XXX

[législation sur les marchés numériques], y compris celles relatives au classement ou à l'autofavoritisme.

- (47) Des codes de conduite, rédigés par les fournisseurs de systèmes de mesure de l'audience ou par des organisations ou associations qui les représentent, peuvent contribuer à l'application effective du présent règlement et devraient donc être encouragés. L'autorégulation a déjà été utilisée pour encourager des normes de qualité élevées dans le domaine de la mesure de l'audience. Son développement pourrait être envisagé comme un outil efficace pour permettre au secteur de se mettre d'accord sur les solutions concrètes nécessaires pour assurer la conformité des systèmes de mesure de l'audience et de leurs méthodes avec les principes de transparence, d'impartialité, d'inclusivité, de proportionnalité, de non-discrimination et de vérifiabilité. Lors de l'élaboration de tels codes de conduite, en consultation avec l'ensemble des parties prenantes concernées et, notamment les fournisseurs de services de médias, il pourrait être tenu compte, en particulier, de la numérisation croissante du secteur des médias et de l'objectif de parvenir à des conditions de concurrence équitables entre les acteurs sur les marchés des médias.
- (48) La publicité d'État constitue une source importante de revenus pour de nombreux fournisseurs de services de médias, qui contribue à leur viabilité économique. Afin d'assurer l'égalité des chances dans le marché intérieur, il y a lieu d'y accorder l'accès, de manière non discriminatoire, à tout fournisseur de services de médias, quel que soit l'État membre dont il provient, qui est en mesure d'atteindre de manière adéquate tout ou une partie des membres du public visé. De surcroît, la publicité d'État peut rendre les fournisseurs de services de médias vulnérables à une ingérence indue de l'État, au détriment de la libre prestation de services et des droits fondamentaux. Une allocation opaque et biaisée de la publicité d'État constitue donc un outil puissant pour exercer une influence ou rendre «captifs» les fournisseurs de services de médias. La répartition et la transparence de la publicité d'État sont, à certains égards, régulées au moyen d'un cadre fragmenté de mesures propres aux médias et de lois générales sur les marchés publics, qui ne couvrent toutefois pas forcément l'ensemble des dépenses publiques de publicité et n'offrent pas une protection suffisante contre une répartition préférentielle ou biaisée. En particulier, la directive 2014/24/UE du Parlement européen et du Conseil⁵⁶ ne s'applique pas aux marchés publics de services concernant l'achat, le développement, la production ou la coproduction de programmes destinés à des services de médias audiovisuels ou radiophoniques. Les règles spécifiques aux médias en matière de publicité d'État, lorsqu'elles existent, varient considérablement d'un État membre à l'autre.
- (49) Afin d'assurer une concurrence non faussée entre les fournisseurs de services de médias et d'éviter le risque de subventions déguisées et d'influence politique indue sur les médias, il est nécessaire d'établir des exigences communes de transparence, d'objectivité, de proportionnalité et de non-discrimination en ce qui concerne l'allocation de la publicité d'État et des ressources d'État aux fournisseurs de services de médias aux fins de l'achat auprès d'eux de biens ou de services autres que la publicité d'État, y compris l'obligation de rendre publiques les informations sur les bénéficiaires des dépenses publiques de publicité et les montants dépensés. Il importe que les États membres mettent les informations nécessaires sur la publicité d'État à la disposition du public, dans un format électronique facile à trouver, à consulter et à

⁵⁶ Directive 2014/24/UE du Parlement européen et du Conseil du 26 février 2014 sur la passation des marchés publics et abrogeant la directive 2004/18/CE (JO L 94 du 28.3.2014, p. 65).

télécharger, en conformité avec les règles de l'Union et des États membres en matière de secret commercial. Le présent règlement n'affecte pas l'application des règles relatives aux aides d'État, laquelle s'effectue au cas par cas.

- (50) Les risques pour le fonctionnement et la résilience du marché intérieur des médias devraient faire l'objet d'une surveillance régulière dans le cadre des efforts visant à améliorer le fonctionnement du marché intérieur des services de médias. Cette surveillance devrait avoir pour finalité de fournir des données détaillées et des évaluations qualitatives sur la résilience du marché intérieur des services de médias, y compris en ce qui concerne le degré de concentration du marché aux niveaux national et régional et les risques de manipulation de l'information et d'ingérence étrangères. Elle devrait être effectuée de manière indépendante, sur la base d'une solide liste d'indicateurs de performance clés, élaborée et régulièrement mise à jour par la Commission, en concertation avec le comité. Compte tenu de la nature rapidement évolutive des risques et des développements technologiques dans le marché intérieur des médias, la surveillance devrait inclure des activités prospectives, telles que des tests de résistance, afin d'évaluer la résilience prospective du marché intérieur des médias, d'alerter sur les vulnérabilités en matière de pluralisme des médias et d'indépendance éditoriale et de contribuer aux efforts visant à améliorer la gouvernance, la qualité des données et la gestion des risques. La surveillance devrait notamment couvrir le niveau d'activité et d'investissement transfrontières, la coopération et la convergence réglementaires dans le domaine de la régulation des médias, les obstacles à la fourniture de services de médias, y compris dans un environnement numérique, ainsi que la transparence et l'équité de l'allocation des ressources économiques dans le marché intérieur des médias. Elle devrait également tenir compte des tendances plus générales dans le marché intérieur des médias ainsi que de la législation nationale affectant les fournisseurs de services de médias. Il y a également lieu d'établir, dans le cadre de la surveillance, une vue d'ensemble des mesures adoptées par les fournisseurs de services de médias afin de garantir l'indépendance des décisions éditoriales individuelles, y compris celles proposées dans la recommandation qui accompagne le présent règlement. Afin de faire en sorte que cette surveillance réponde aux normes les plus élevées, le comité devrait y être dûment associé, étant donné qu'il rassemble des entités ayant une expertise spéciale des marchés de médias.
- (51) Afin de préparer le terrain pour une mise en œuvre adéquate du présent règlement, les dispositions de celui-ci relatives aux autorités indépendantes de régulation des médias, au comité et aux modifications nécessaires de la directive 2010/13/UE (articles 7 à 12 et 27 du présent règlement) devraient entrer en application trois mois après l'entrée en vigueur de l'acte, tandis que toutes les autres dispositions du présent règlement entreraient en application six mois après l'entrée en vigueur du règlement. Cela est nécessaire, en particulier, pour s'assurer que le comité sera établi à temps pour assurer une mise en œuvre efficace du règlement.
- (52) Étant donné que les objectifs du présent règlement, à savoir assurer le bon fonctionnement du marché intérieur des services de médias, ne peuvent être atteints de manière suffisante par les États membres, ceux-ci n'ayant pas les capacités ou, peut-être, les incitations nécessaires pour assurer l'harmonisation et la coopération requises en agissant de manière isolée, mais peuvent être mieux atteints au niveau de l'Union, compte tenu du caractère de plus en plus numérique et transfrontière de la production, de la distribution et de la consommation de contenus médiatiques ainsi que du rôle unique joué par les services de médias, l'Union peut adopter des mesures,

conformément au principe de subsidiarité énoncé à l'article 5 du traité sur l'Union européenne. Conformément au principe de proportionnalité tel qu'énoncé audit article, le présent règlement n'excède pas ce qui est nécessaire pour atteindre ces objectifs.

- (53) Le présent règlement respecte les droits fondamentaux et observe les principes reconnus, en particulier, par la charte, notamment ses articles 7, 8, 11, 16, 47, 50 et 52. En conséquence, le présent règlement devrait être interprété et appliqué dans le respect de ces droits et principes. En particulier, aucune disposition du présent règlement ne devrait être interprétée en ce sens qu'elle restreindrait la liberté d'information ou la liberté de la presse, ou inciterait les États membres à introduire des exigences concernant le contenu éditorial des publications de presse.
- (54) Le Contrôleur européen de la protection des données a été consulté conformément à l'article 42, paragraphe 1, du règlement (UE) 2018/1725 du Parlement européen et du Conseil⁵⁷ et a rendu un avis le XX XX 2022,

ONT ADOPTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

Chapitre I **Dispositions générales**

Article premier

Objet et champ d'application

1. Le présent règlement établit des règles communes pour le bon fonctionnement du marché intérieur des services de médias, y compris la création du Comité européen pour les services de médias, tout en préservant la qualité des services de médias.
2. Le présent règlement n'a pas d'incidence sur les règles établies par:
 - (a) la directive 2000/31/CE;
 - (b) la directive 2019/790/UE;
 - (c) le règlement (UE) 2019/1150
 - (d) le règlement (UE) 2022/XXXX [la législation sur les services numériques];
 - (e) le règlement (UE) 2022/XXXX [la législation sur les marchés numériques];
 - (f) le règlement (UE) 2022/XXX [règlement relatif à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique].
3. Le présent règlement n'affecte en rien la possibilité qu'ont les États membres d'adopter des règles plus détaillées dans les domaines couverts par le chapitre II et la section 5 du chapitre III, pour autant que ces règles soient conformes au droit de l'Union.

⁵⁷ Règlement (UE) 2018/1725 du Parlement européen et du Conseil du 23 octobre 2018 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel par les institutions, organes et organismes de l'Union et à la libre circulation de ces données, et abrogeant le règlement (CE) n° 45/2001 et la décision n° 1247/2002/CE (JO L 295 du 21.11.2018, p. 39).

Article 2

Définitions

Aux fins du présent règlement, on entend par:

- (1) «service de médias», un service tel que défini aux articles 56 et 57 du traité, pour lequel l'objet principal du service proprement dit ou d'une partie dissociable de ce service est la fourniture de programmes ou de publications de presse au grand public, par quelque moyen que ce soit, dans le but d'informer, de divertir ou d'éduquer, sous la responsabilité éditoriale d'un fournisseur de services de médias;
- (2) «fournisseur de services de médias», la personne physique ou morale dont l'activité professionnelle consiste à fournir un service de médias, qui assume la responsabilité éditoriale du choix du contenu du service de médias et qui détermine la manière dont il est organisé;
- (3) «fournisseur de médias de service public», un fournisseur de services de médias qui est chargé d'une mission de service public en vertu du droit national ou qui reçoit un financement public national pour accomplir ladite mission;
- (4) «programme», un ensemble d'images animées, combinées ou non à du son, constituant un seul élément, quelle qu'en soit la longueur, dans le cadre d'une grille ou d'un catalogue établi par un fournisseur de services de médias;
- (5) «publication de presse», une publication au sens de l'article 2, point 4), de la directive (UE) 2019/790;
- (6) «service de médias audiovisuels», un service tel que défini à l'article 1^{er}, paragraphe 1, point a), de la directive 2010/13/UE;
- (7) «chef de la rédaction», une personne physique ou un certain nombre de personnes physiques éventuellement regroupées au sein d'un organisme, indépendamment de sa forme juridique, de son statut et de sa composition, qui prend ou supervise les décisions éditoriales au sein d'un fournisseur de services de médias;
- (8) «décision éditoriale», une décision prise régulièrement dans le but d'exercer la responsabilité éditoriale et liée au fonctionnement du fournisseur de services de médias au quotidien;
- (9) «responsabilité éditoriale», l'exercice d'un contrôle effectif tant sur la sélection des programmes ou des publications de presse que sur leur organisation, aux fins de la fourniture d'un service de médias, indépendamment de l'existence d'une responsabilité en vertu du droit national à l'égard du service fourni;
- (10) «fournisseur d'une très grande plateforme en ligne», fournisseur d'une plateforme en ligne ayant été désignée en tant que très grande plateforme en ligne conformément à l'article 25, paragraphe 4, du règlement (UE) 2022/XXX [législation sur les services numériques];
- (11) «service de plateformes de partage de vidéos», un service tel qu'il est défini à l'article 1^{er}, paragraphe 1, point a *bis*), de la directive 2010/13/UE;
- (12) «autorité nationale ou organisme national de régulation», l'autorité désignée ou l'organisme désigné, par les États membres, en application de l'article 30 de la directive 2010/13/UE;

- (13) «concentration sur un marché des médias», une concentration au sens de l'article 3 du règlement (CE) n° 139/2004 concernant au moins un fournisseur de services de médias;
- (14) «mesure de l'audience», l'activité de collecte, d'interprétation ou de traitement de données relatives au nombre et aux caractéristiques des utilisateurs de services de médias, aux fins de décisions concernant l'allocation ou les prix des publicités, ou concernant la planification, production ou distribution connexes de contenu;
- (15) «publicité d'État», le placement, la publication ou la diffusion, dans tout service de médias, d'un message promotionnel ou d'autopromotion, normalement contre rémunération ou toute autre contrepartie, par ou pour une autorité publique nationale ou régionale, ou au nom de celle-ci, y compris des pouvoirs publics nationaux, fédéraux ou régionaux, des autorités ou des organismes de régulation, ainsi que des entreprises publiques ou d'autres entités contrôlées par l'État au niveau national ou régional, ou tout pouvoir public local d'une entité territoriale de plus d'un million d'habitants;
- (16) «logiciel espion», tout produit comportant des éléments numériques spécialement conçu pour exploiter les vulnérabilités d'autres produits comprenant des éléments numériques, qui permet la surveillance discrète de personnes physiques ou morales par le suivi, l'extraction, la collecte ou l'analyse de données provenant de ces produits ou provenant des personnes physiques ou morales utilisant ces produits, notamment en enregistrant secrètement des appels ou en utilisant d'une autre manière le microphone d'un appareil d'un utilisateur final, en filmant des personnes physiques, des machines ou leur environnement, en copiant des messages, en photographiant, en suivant l'activité de navigation, en suivant la géolocalisation, en collectant d'autres données de capteurs ou en suivant les activités d'un utilisateur final sur plusieurs de ses appareils, sans que la personne physique ou morale concernée ait été informée d'une manière spécifique et qu'elle ait donné son consentement explicite à cet égard;
- (17) «formes graves de criminalité», l'une des infractions pénales suivantes énumérées à l'article 2, paragraphe 2, de la décision-cadre 2002/584/JAI du Conseil⁵⁸:
- a) terrorisme,
 - b) traite des êtres humains,
 - c) exploitation sexuelle des enfants et pédopornographie,
 - d) trafic illicite d'armes, de munitions et d'explosifs,
 - e) homicide volontaire, coups et blessures graves,
 - f) trafic illicite d'organes et de tissus humains,
 - g) enlèvement, séquestration et prise d'otage,
 - h) vol organisé ou avec arme,
 - i) viol,
 - j) crimes relevant de la compétence de la Cour pénale internationale.

⁵⁸ Décision-cadre 2002/584/JAI du Conseil du 13 juin 2002 relative au mandat d'arrêt européen et aux procédures de remise entre États membres (JO L 190 du 18.7.2002, p. 1).

Chapitre II

Droits et obligations des fournisseurs et destinataires de services de médias

Article 3

Droits des destinataires de services de médias

Les destinataires de services de médias dans l'Union ont le droit de recevoir des contenus d'information et d'actualité divers, produits dans le respect de la liberté éditoriale des fournisseurs de services de médias, dans l'intérêt du discours public.

Article 4

Droits des fournisseurs de services de médias

1. Les fournisseurs de services de médias ont le droit d'exercer leurs activités économiques dans le marché intérieur sans restrictions autres que celles autorisées par le droit de l'Union.
2. Les États membres respectent la liberté éditoriale effective des fournisseurs de services de médias. Les États membres, y compris leurs autorités et leurs organismes de régulation, s'abstiennent:
 - (a) de s'immiscer dans les politiques et décisions éditoriales des fournisseurs de services de médias, ou de tenter d'influencer celles-ci, de quelque manière que ce soit, directement ou indirectement;
 - (b) de placer en détention, de sanctionner, d'intercepter, de soumettre à une surveillance, à une perquisition ou à une saisie, ou de soumettre à une inspection les fournisseurs de services de médias ou, le cas échéant, les membres de leur famille, leurs employés ou les membres de leur famille, ou leurs locaux professionnels et privés, au motif qu'ils refusent de divulguer des informations sur leurs sources, à moins que cela ne soit justifié par une raison impérieuse d'intérêt général, conformément à l'article 52, paragraphe 1, de la charte et dans le respect d'autres dispositions du droit de l'Union;
 - (c) de déployer un logiciel espion dans tout appareil ou machine utilisé(e) par les fournisseurs de services de médias ou, le cas échéant, les membres de leur famille, ou leurs employés ou les membres de leur famille, à moins que le déploiement ne soit justifié, au cas par cas, pour des raisons de sécurité nationale, qu'il soit conforme à l'article 52, paragraphe 1, de la charte et à d'autres dispositions du droit de l'Union ou que le déploiement ait lieu dans le cadre d'enquêtes sur des formes graves de criminalité concernant l'une des personnes susmentionnées, qu'il soit prévu par le droit national et qu'il soit conforme à l'article 52, paragraphe 1, de la charte et à d'autres dispositions du droit de l'Union, et que les mesures adoptées en vertu du point b) soient inadéquates et insuffisantes pour obtenir les informations recherchées.
3. Sans préjudice et en complément du droit à une protection juridictionnelle effective garanti à toute personne physique ou morale, les États membres désignent une autorité ou un organisme indépendant(e) chargé(e) d'examiner les plaintes déposées par les fournisseurs de services de médias ou, le cas échéant, les membres de leur famille, leurs employés ou les membres de leur famille, concernant des violations du paragraphe 2, points b) et c). Les fournisseurs de services de médias ont le droit d'adresser une demande à cette autorité ou à cet organisme afin d'obtenir, dans un

délai de trois mois à compter de ladite demande, un avis concernant le respect du paragraphe 2, points b) et c).

Article 5

Garde-fous pour le fonctionnement indépendant des fournisseurs de médias de service public

1. Les fournisseurs de médias de service public communiquent, de manière impartiale, des informations et des opinions diverses à leurs publics, conformément à leur mission de service public.
2. La direction et le conseil d'administration des fournisseurs de médias de service public sont nommés selon une procédure transparente, ouverte et non discriminatoire et sur la base de critères transparents, objectifs, non discriminatoires et proportionnés préalablement définis par le droit national.

La durée de leur mandat est fixée par le droit national et est adéquate et suffisante pour garantir l'indépendance effective du fournisseur de médias de service public. Ils ne peuvent être renvoyés avant la fin de leur mandat qu'à titre exceptionnel s'ils ne remplissent plus les conditions prédéfinies légalement requises pour l'exercice de leurs fonctions, préalablement prévues par le droit national, ou pour des raisons spécifiques liées à un comportement illégal ou à une faute grave tels que définis au préalable par le droit national.

Toute décision de renvoi est dûment justifiée, fait l'objet d'une notification préalable à la personne concernée, et comporte la possibilité d'un contrôle juridictionnel. Les motifs de renvoi sont mis à la disposition du public.

3. Les États membres veillent à ce que les fournisseurs de médias de service public disposent de ressources financières suffisantes et stables pour l'accomplissement de leur mission de service public. Ces ressources sont de nature à permettre que l'indépendance éditoriale soit préservée.
4. Les États membres désignent une ou plusieurs autorités ou organismes indépendants, chargés de contrôler le respect des paragraphes 1 à 3.

Article 6

Obligations des fournisseurs de services de médias qui produisent des contenus d'information et d'actualité

1. Les fournisseurs de services de médias qui produisent des contenus d'information et d'actualité offrent aux destinataires de leurs services un accès facile et direct aux informations suivantes:
 - (a) leur dénomination légale et leurs coordonnées;
 - (b) le(s) nom(s) de leur(s) propriétaire(s) direct(s) ou indirect(s) dont la participation lui (leur) permet d'influencer la prise de décision opérationnelle et stratégique;
 - (c) le(s) nom(s) de leur(s) bénéficiaire(s) effectif(s) au sens de l'article 3, point 6), de la directive (UE) 2015/849 du Parlement européen et du Conseil.
2. Sans préjudice des dispositions nationales de droit constitutionnel conformes à la charte, les fournisseurs de services de médias qui produisent des contenus d'information et d'actualité prennent les mesures qu'ils jugent appropriées en vue de

garantir l'indépendance des décisions éditoriales individuelles. Ces mesures visent en particulier:

- (a) à garantir que les chefs de rédaction sont libres de prendre des décisions éditoriales individuelles dans l'exercice de leur activité professionnelle; et
 - (b) à garantir la révélation de tout conflit d'intérêts réel ou potentiel par toute partie ayant une participation dans des fournisseurs de services de médias susceptible d'avoir une incidence sur la fourniture de contenu d'information et d'actualité.
3. Les obligations énoncées au présent article ne s'appliquent pas aux fournisseurs de services de médias qui sont des micro-entreprises au sens de l'article 3 de la directive 2013/34/UE.

Chapitre III

Cadre pour une coopération en matière de régulation et un bon fonctionnement du marché intérieur des services de médias

Section 1

Autorités indépendantes chargées des médias

Article 7

Autorités nationales ou organismes nationaux de régulation

1. Les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation visés à l'article 30 de la directive 2010/13/UE sont chargés de l'application du chapitre III du présent règlement.
2. Les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation sont soumis aux exigences énoncées à l'article 30 de la directive 2010/13/UE en ce qui concerne l'accomplissement des tâches qui leur sont assignées par le présent règlement.
3. Les États membres veillent à ce que les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation disposent de ressources financières, humaines et techniques suffisantes pour accomplir les tâches qui leur incombent en vertu du présent règlement.
4. Lorsque cela est nécessaire à l'accomplissement des tâches qui leur incombent en vertu du présent règlement, les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation disposent de pouvoirs d'enquête appropriés en ce qui concerne la conduite ou le comportement des personnes physiques ou morales auxquelles le chapitre III s'applique.

Ces pouvoirs comprennent notamment le pouvoir de demander à ces personnes de fournir, dans un délai raisonnable, des informations qui soient proportionnées et nécessaires pour accomplir les tâches visées au chapitre III; la demande peut aussi être adressée à toute autre personne qui, pour les besoins de son activité commerciale, industrielle ou libérale, peut raisonnablement détenir les informations requises.

Section 2

Comité européen pour les services de médias

Article 8

Comité européen pour les services de médias

1. Le Comité européen pour les services de médias (ci-après le «comité») est institué.
2. Le comité se substitue et succède au groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA) institué par la directive 2010/13/UE.

Article 9

Indépendance du comité

Le comité agit en toute indépendance lorsqu'il accomplit ses tâches ou exerce ses pouvoirs. En particulier, lorsqu'il accomplit ses tâches ou exerce ses pouvoirs, le comité ne sollicite ni n'accepte aucune instruction d'aucun gouvernement, d'aucune institution, d'aucune personne ni d'aucun organisme. Cela ne porte pas atteinte aux compétences attribuées à la Commission et aux autorités nationales ou aux organismes nationaux de régulation conformément au présent règlement.

Article 10

Structure du comité

1. Le comité est composé de représentants des autorités nationales ou des organismes nationaux de régulation visés à l'article 30 de la directive 2010/13/UE.
2. Chaque membre du comité dispose d'une voix.
3. Lorsqu'un État membre compte plusieurs autorités nationales ou plusieurs organismes nationaux de régulation, ces autorités ou organismes de régulation se coordonnent selon les besoins et désignent un représentant commun qui exerce le droit de vote.
4. Le comité est représenté par son président ou sa présidente. Le comité élit un président ou une présidente parmi ses membres à la majorité des deux tiers de ses membres disposant du droit de vote. La durée du mandat du président ou de la présidente est de deux ans.
5. La Commission désigne un(e) représentant(e) au comité. Le (la) représentant(e) de la Commission participe à toutes les activités et à toutes les réunions du comité, sans disposer du droit de vote. La (la) président(e) du comité tient la Commission informée des activités en cours et prévues du comité. Le comité consulte la Commission dans le cadre de l'élaboration de son programme de travail et des principaux résultats attendus.
6. Le comité, en accord avec la Commission, peut inviter d'autres experts et observateurs à assister à ses réunions.
7. Le comité prend ses décisions à la majorité des deux tiers de ses membres disposant du droit de vote.

8. Le comité adopte son règlement intérieur à la majorité des deux tiers de ses membres disposant du droit de vote, en accord avec la Commission.

Article 11

Secrétariat du comité

1. Le comité dispose d'un secrétariat, qui est assuré par la Commission.
2. La mission principale du secrétariat est de contribuer à l'accomplissement des tâches du comité énoncées dans le présent règlement et dans la directive 2010/13/UE.
3. Le secrétariat apporte un appui administratif et organisationnel aux activités du comité. Le secrétariat aide également le comité à accomplir ses tâches.

Article 12

Tâches du comité

Sans préjudice des compétences conférées à la Commission par les traités, le comité promeut l'application effective et cohérente du présent règlement et des règles nationales mettant en œuvre la directive 2010/13/UE dans l'ensemble de l'Union. Le comité:

- (a) aide la Commission, au moyen d'une expertise technique, à assurer une application correcte du présent règlement et une mise en œuvre cohérente de la directive 2010/13/UE dans tous les États membres, sans préjudice des tâches des autorités nationales ou organismes nationaux de régulation;
- (b) promeut la coopération et l'échange efficace d'informations, d'expériences et de bonnes pratiques entre les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation sur l'application des règles de l'Union et des règles nationales applicables aux services de médias, y compris le présent règlement et la directive 2010/13/UE, en particulier en ce qui concerne les articles 3, 4 et 7 de ladite directive;
- (c) conseille la Commission, à la demande de celle-ci, sur les aspects réglementaires, techniques ou pratiques pertinents pour l'application cohérente du présent règlement et la mise en œuvre cohérente de la directive 2010/13/UE, ainsi que sur toutes les autres questions liées aux services de médias relevant de sa compétence. Lorsque la Commission demande des conseils ou avis au comité, elle peut mentionner un délai, selon l'urgence de la question;
- (d) à la demande de la Commission, formuler des avis sur les aspects techniques et factuels des questions soulevées en rapport avec l'article 2, paragraphe 5 *quater*, l'article 3, paragraphes 2 et 3, l'article 4, paragraphe 4, point c), et l'article 28 *bis*, paragraphe 7, directive 2010/13/UE;
- (e) en accord avec la Commission, élabore des avis en ce qui concerne:
 - i) les demandes de coopération et d'assistance mutuelle entre autorités nationales ou organismes nationaux de régulation, conformément à l'article 13, paragraphe 7, du présent règlement;
 - ii) les demandes de mesures de contrôle du respect des obligations, en cas de désaccord entre l'autorité ou l'organisme qui fait la demande et l'autorité ou l'organisme à qui la demande est faite, au sujet des mesures recommandées en application de l'article 14, paragraphe 4, du présent règlement;

- iii) les mesures nationales concernant les fournisseurs de services de médias établis en dehors de l'Union, conformément à l'article 16, paragraphe 2, du présent règlement;
- (f) à la demande de la Commission, élabore des avis en ce qui concerne:
 - i) les mesures nationales susceptibles d'avoir une incidence sur le fonctionnement du marché intérieur des services de médias, conformément à l'article 20, paragraphe 4, du présent règlement;
 - ii) les concentrations sur les marchés des médias susceptibles d'avoir une incidence sur le fonctionnement du marché intérieur des services de médias, conformément à l'article 22, paragraphe 1, du présent règlement;
- (g) élabore des avis sur des projets d'avis ou de décisions nationaux évaluant les effets, sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale, d'une concentration sur un marché des médias soumise à l'obligation de notification, lorsque cette concentration est susceptible d'avoir une incidence sur le fonctionnement du marché intérieur, conformément à l'article 21, paragraphe 5, du présent règlement;
- (h) aide la Commission à élaborer des lignes directrices en ce qui concerne:
 - i) l'application du présent règlement et des règles nationales mettant en œuvre la directive 2010/13/UE, conformément à l'article 15, paragraphe 2, du présent règlement;
 - ii) les éléments à prendre en compte lors de l'application des critères permettant d'évaluer les effets des concentrations sur les marchés des médias, conformément à l'article 21, paragraphe 3, du présent règlement;
 - iii) l'application de l'article 23, paragraphes 1, 2 et 3 en vertu de l'article 23, paragraphe 4, du présent règlement;
- (i) à la demande d'au moins une des autorités concernées, assure la médiation en cas de désaccord entre autorités nationales ou organismes nationaux de régulation, conformément à l'article 14, paragraphe 3, du présent règlement;
- (j) favorise la coopération en matière de normes techniques relatives aux signaux numériques et à la conception d'appareils ou d'interfaces utilisateurs, conformément à l'article 15, paragraphe 4, du présent règlement;
- (k) coordonne les mesures nationales relatives à la diffusion de contenus de services de médias proposés par des fournisseurs de services de médias établis en dehors de l'Union qui ciblent des publics dans l'Union, ou l'accès à de tels contenus, lorsque leurs activités portent atteinte ou présentent un risque sérieux et grave d'atteinte à la sécurité publique et à la défense, conformément à l'article 16, paragraphe 1, du présent règlement;
- (l) organise un dialogue structuré entre les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne, les représentants des fournisseurs de services de médias et de la société civile, et rend compte de ses résultats à la Commission, conformément à l'article 18 du présent règlement;
- (m) favorise l'échange de bonnes pratiques liées au déploiement de systèmes de mesure de l'audience, conformément à l'article 23, paragraphe 5, du présent règlement.

Section 3

Coopération et convergence en matière de régulation

Article 13

Coopération structurée

1. Une autorité nationale ou un organisme national de régulation peut à tout moment solliciter la coopération ou l'assistance mutuelle (l'«autorité qui fait la demande») d'une ou plusieurs autorités nationales ou d'un ou plusieurs organismes nationaux de régulation (les «autorités à qui la demande est faite») aux fins de l'échange d'informations ou de l'adoption de mesures utiles à l'application cohérente et effective du présent règlement ou des mesures nationales mettant en œuvre la directive 2010/13/UE.
2. Lorsqu'une autorité nationale ou un organisme national de régulation estime qu'il existe un risque sérieux et grave d'atteinte au fonctionnement du marché intérieur des services de médias ou un risque sérieux d'atteinte à la sécurité publique et à la défense, elle (il) peut demander à d'autres autorités nationales ou à d'autres organismes nationaux de régulation de lui offrir une coopération accélérée ou une assistance mutuelle accélérée, tout en garantissant le respect des droits fondamentaux, en particulier la liberté d'expression.
3. Les demandes de coopération ou d'assistance mutuelle, y compris une coopération accélérée ou une assistance mutuelle accélérée, contiennent toutes les informations nécessaires, y compris la finalité et les motifs de la demande.
4. L'autorité à qui la demande est faite ne peut refuser de traiter la demande et d'y répondre que dans les cas suivants:
 - (a) elle n'est pas compétente à l'égard de l'objet de la demande ou des mesures qu'elle est invitée à prendre;
 - (b) l'exécution de la demande enfreindrait le présent règlement, la directive 2010/13/UE ou une autre législation de l'Union ou d'un État membre conforme au droit de l'Union auxquels l'autorité à qui la demande est faite est soumise.L'autorité à qui la demande est faite expose les motifs de tout refus de traiter la demande et d'y répondre.
5. L'autorité à qui la demande est faite informe l'autorité qui fait la demande des résultats obtenus ou de l'état d'avancement des mesures prises en réponse à la demande.
6. L'autorité à qui la demande est faite met tout en œuvre pour traiter la demande et y répondre sans retard injustifié. L'autorité à qui la demande est faite communique des résultats intermédiaires dans un délai de 14 jours civils à compter de la réception de la demande, et elle transmet ensuite régulièrement des informations actualisées sur l'état d'avancement de l'exécution de la demande. Dans le cas d'une demande de coopération accélérée ou d'assistance mutuelle accélérée, l'autorité à qui la demande est faite traite la demande et y répond dans un délai de 14 jours civils.
7. Lorsque l'autorité qui fait la demande estime que les mesures prises par l'autorité à qui la demande est faite ne sont pas suffisantes pour traiter sa demande et y répondre, elle en informe l'autorité à qui la demande est faite sans retard injustifié, en expliquant les raisons de sa position. Si l'autorité à qui la demande est faite n'est pas

d'accord avec cette position, ou que l'autorité à qui la demande est faite s'abstient de réagir, l'une ou l'autre des autorités peut saisir le comité. Dans un délai de 14 jours civils à compter de la réception de cette saisine, le comité émet, en accord avec la Commission, un avis sur la question, y compris des recommandations de mesures. L'autorité à qui la demande est faite met tout en œuvre pour tenir compte de l'avis du comité.

Article 14

Demandes de contrôle du respect des obligations incombant aux plateformes de partage de vidéos

1. Sans préjudice de l'article 3 de la directive 2000/31/CE, une autorité nationale ou un organisme national de régulation peut demander à une autre autorité nationale ou un autre organisme national de régulation de prendre des mesures nécessaires et proportionnées en vue de contrôler le respect effectif des obligations imposées aux plateformes de partage de vidéos en vertu de l'article 28 *ter* de la directive 2010/13/UE.
2. L'autorité nationale ou l'organisme national à qui la demande est faite informe, sans retard injustifié et dans un délai de 30 jours civils, l'autorité nationale ou l'organisme national qui fait la demande des mesures prises ou prévues en application du paragraphe 1.
3. En cas de désaccord entre l'autorité nationale ou l'organisme national qui fait la demande et l'autorité ou l'organisme à qui la demande est faite au sujet des mesures prises en application du paragraphe 1, l'un(e) ou l'autre autorité ou organisme peut saisir le comité en qualité de médiateur en vue de trouver une solution amiable.
4. Si aucune solution amiable n'a été trouvée à la suite de la médiation du comité, l'autorité nationale ou l'organisme national qui fait la demande ou l'autorité nationale ou l'organisme national à qui la demande est faite peut demander au comité d'émettre un avis sur la question. Dans son avis, le comité apprécie si l'autorité ou l'organisme à qui la demande visée au paragraphe 1 est faite a donné suite à cette demande. Si le comité estime que l'autorité à qui la demande est faite n'y a pas donné suite, il recommande des mesures à prendre pour se conformer à la demande. Le comité émet son avis, en accord avec la Commission, sans retard injustifié.
5. L'autorité nationale ou l'organisme national à qui la demande est faite informe, sans retard injustifié et dans un délai maximal de 30 jours civils à compter de la réception de l'avis visé au paragraphe 4, le comité, la Commission et l'autorité ou l'organisme qui fait la demande des mesures prises ou prévues en rapport avec l'avis.

Article 15

Orientations en matière de régulation des médias

1. Le comité encourage l'échange de bonnes pratiques entre les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation, en consultation avec les parties prenantes, le cas échéant, et en étroite coopération avec la Commission, sur les aspects réglementaires, techniques ou pratiques propres à assurer une application cohérente et effective du présent règlement et des règles nationales mettant en œuvre la directive 2010/13/UE.

2. Lorsque la Commission publie des lignes directrices relatives à l'application du présent règlement ou des règles nationales mettant en œuvre la directive 2010/13/UE, le comité l'assiste en lui fournissant une expertise sur des aspects réglementaires, techniques ou pratiques, notamment en ce qui concerne:
 - (a) la visibilité appropriée des services de médias audiovisuels d'intérêt général conformément à l'article 7 *bis* de la directive 2010/13/UE;
 - (b) l'accessibilité des informations relatives à la structure de propriété des fournisseurs de services de médias, conformément à l'article 5, paragraphe 2, de la directive 2010/13/UE.
3. La Commission peut émettre un avis sur toute question liée à l'application du présent règlement et des règles nationales mettant en œuvre la directive 2010/13/UE. Sur demande, le comité assiste la Commission dans cette tâche.
4. Le comité encourage la coopération entre les fournisseurs de services de médias, les organismes de normalisation ou les autres parties prenantes concernées afin de faciliter l'élaboration de normes techniques relatives aux signaux numériques ou à la conception d'appareils ou d'interfaces utilisateurs contrôlant ou gérant l'accès aux services de médias audiovisuels et l'utilisation de ces services.

Article 16

Coordination des mesures concernant les fournisseurs de services de médias établis en dehors de l'Union

1. Le comité coordonne l'élaboration, par les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation, de mesures relatives à la diffusion des services de médias proposés par des fournisseurs de services de médias établis en dehors de l'Union qui ciblent des publics dans l'Union, ou à l'accès à de tels services, lorsque, compte tenu notamment du contrôle que des pays tiers peuvent exercer sur eux, ces services de médias portent atteinte ou présentent un risque sérieux et grave d'atteinte à la sécurité publique et à la défense.
2. Le comité, en accord avec la Commission, peut émettre des avis sur des mesures nationales au sens du paragraphe 1 dont l'élaboration est jugée appropriée. Toutes les autorités nationales compétentes, y compris les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation, mettent tout en œuvre pour tenir compte des avis du comité.

Section 4

Fourniture de services de médias dans un environnement numérique

Article 17

Contenus des fournisseurs de services de médias sur les très grandes plateformes en ligne

1. Les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne prévoient une fonctionnalité permettant aux destinataires de leurs services de déclarer que:
 - (a) ils sont fournisseurs de services de médias au sens de l'article 2, point 2);
 - (b) ils jouissent d'une indépendance éditoriale à l'égard des États membres et des pays tiers;

- (c) ils sont soumis à des exigences réglementaires pour l'exercice de la responsabilité éditoriale dans un ou plusieurs États membres, ou ils se conforment à un mécanisme de corégulation ou d'autorégulation régissant les normes éditoriales, largement reconnu et accepté dans le secteur des médias concerné dans un ou plusieurs États membres.
2. Lorsque le fournisseur d'une très grande plateforme en ligne décide de suspendre la fourniture de ses services d'intermédiation en ligne en ce qui concerne le contenu proposé par un fournisseur de services de médias qui a fait une déclaration conformément au paragraphe 1 du présent article, au motif que ce contenu est incompatible avec ses conditions générales, sans que ce contenu contribue à l'un des risques systémiques visés à l'article 26 du règlement (UE) 2022/XXX [législation sur les services numériques], il prend toutes les mesures possibles, dans le respect des obligations qui lui incombent en vertu du droit de l'Union, y compris le règlement (UE) 2022/XXX [législation sur les services numériques], pour communiquer au fournisseur de services de médias concerné l'exposé des motifs accompagnant cette décision avant que la suspension ne prenne effet, comme l'exige l'article 4, paragraphe 1, du règlement (UE) 2019/1150.
 3. Les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne prennent toutes les mesures techniques et organisationnelles nécessaires pour que les plaintes introduites au titre de l'article 11 du règlement (UE) 2019/1150 par des fournisseurs de services de médias qui ont fait une déclaration conformément au paragraphe 1 du présent article soient traitées et résolues en priorité et sans retard injustifié.
 4. Lorsqu'un fournisseur de services de médias qui a fait une déclaration conformément au paragraphe 1 considère que le fournisseur d'une très grande plateforme en ligne restreint ou suspend fréquemment, sans motifs suffisants, la fourniture de ses services en ce qui concerne le contenu qu'il propose, le fournisseur de la très grande plateforme en ligne entame, à la demande du fournisseur de services de médias, un dialogue constructif et effectif avec celui-ci en vue de trouver, de bonne foi, une solution amiable pour mettre fin aux restrictions ou aux suspensions injustifiées et pour les éviter à l'avenir. Le fournisseur de services de médias peut notifier le résultat de ces échanges au comité.
 5. Les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne mettent chaque année à la disposition du public des informations sur:
 - (a) le nombre de cas où ils ont imposé des restrictions ou des suspensions au motif que le contenu proposé par un fournisseur de services de médias ayant fait une déclaration conformément au paragraphe 1 du présent article était incompatible avec leurs conditions générales;
 - (b) les motifs pour lesquels de telles restrictions ont été imposées.
 6. En vue de faciliter la mise en œuvre cohérente et effective du présent article, la Commission peut publier des lignes directrices pour définir la forme et les modalités de la déclaration visée au paragraphe 1.

Article 18

Dialogue structuré

1. Le comité organise, à intervalle régulier, un dialogue structuré entre les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne, les représentants des fournisseurs de services de

médias et les représentants de la société civile afin d'examiner les expériences et les bonnes pratiques tirées de l'application de l'article 17 du présent règlement, de favoriser l'accès à des offres diversifiées de médias indépendants sur les très grandes plateformes en ligne et de vérifier la conformité aux initiatives d'autorégulation visant à protéger la société des contenus préjudiciables, notamment la désinformation ainsi que la manipulation de l'information et l'ingérence étrangères.

2. Le comité rend compte des résultats du dialogue à la Commission.

Article 19

Droit à la personnalisation de l'offre de médias audiovisuels

1. Les utilisateurs ont le droit de modifier facilement les paramètres par défaut de tout appareil ou toute interface utilisateur contrôlant ou gérant l'accès à des services de médias audiovisuels et l'utilisation de ces services, afin de personnaliser l'offre de médias audiovisuels en fonction de leurs intérêts ou de leurs préférences, dans le respect de la législation. La présente disposition n'a pas d'incidence sur les mesures nationales mettant en œuvre l'article 7 *bis* de la directive 2010/13/UE.
2. Lorsqu'ils mettent les appareils et les interfaces utilisateur visés au paragraphe 1 sur le marché, les fabricants et les développeurs veillent à ce qu'ils comportent une fonctionnalité permettant aux utilisateurs de modifier librement et facilement les paramètres par défaut contrôlant ou gérant l'accès aux services de médias audiovisuels proposés et l'utilisation de ces services.

Sections 5

Exigences applicables aux mesures et procédures garantissant le bon fonctionnement du marché des médias

Article 20

Mesures nationales ayant une incidence sur l'activité des fournisseurs de services de médias

1. Toute mesure législative, réglementaire ou administrative prise par un État membre qui est susceptible d'avoir une incidence sur les activités des fournisseurs de services de médias dans le marché intérieur est dûment justifiée et proportionnée. Ces mesures sont motivées, transparentes, objectives et non discriminatoires.
2. Toute procédure nationale ayant pour finalité la préparation ou l'adoption d'une mesure réglementaire ou administrative visée au paragraphe 1 est soumise à des délais précis fixés à l'avance.
3. Sans préjudice et en sus de son droit à une protection juridictionnelle effective, tout fournisseur de services de médias soumis à une mesure administrative ou réglementaire visée au paragraphe 1 qui le concerne individuellement et directement a le droit de former un recours contre cette mesure devant un organe d'appel. Cet organe est indépendant des parties concernées et libre de toute intervention extérieure ou pression politique de nature à compromettre l'appréciation indépendante des questions qui lui sont soumises. Il dispose de l'expertise nécessaire pour s'acquitter efficacement de ses fonctions.
4. À la demande de la Commission, le comité rédige un avis lorsqu'une mesure législative, réglementaire ou administrative nationale est susceptible d'avoir une

incidence sur le fonctionnement du marché intérieur des services de médias. Après que le comité a rendu son avis, et sans préjudice des pouvoirs qui lui sont conférés par les traités, la Commission peut émettre son propre avis sur la question. L'avis du comité et, le cas échéant, celui de la Commission sont rendus publics.

5. Lorsqu'une autorité nationale ou un organisme national adopte une mesure qui a une incidence individuelle et directe sur un fournisseur de services de médias et qui est susceptible d'avoir une incidence sur le fonctionnement du marché intérieur des services de médias, elle (ou il) communique, à la demande du comité et, le cas échéant, de la Commission, sans retard injustifié et par voie électronique, toute information pertinente, et notamment un résumé des faits, la mesure en question, les motifs par lesquels l'autorité nationale ou l'organisme national justifie la mesure et, le cas échéant, le point de vue des autres autorités concernées.

Article 21

Évaluation des concentrations sur le marché des médias

1. Les États membres prévoient, dans leur ordre juridique national, des règles de fond et de procédure permettant d'évaluer les concentrations sur le marché des médias susceptibles d'influer sensiblement sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale. Ces règles
 - (a) sont transparentes, objectives, proportionnées et non discriminatoires;
 - (b) exigent des parties à une concentration sur le marché des médias susceptible d'influer sensiblement sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale qu'elles notifient cette concentration à l'avance aux autorités ou aux organismes nationaux compétents;
 - (c) désignent l'autorité nationale ou l'organisme national de régulation comme responsable de l'évaluation des effets d'une concentration soumise à l'obligation de notification sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale, ou assurent la participation de l'autorité nationale ou l'organisme national de régulation à cette évaluation;
 - (d) définissent à l'avance des critères objectifs, non discriminatoires et proportionnés pour la notification des concentrations sur le marché des médias susceptibles d'influer sensiblement sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale et pour l'évaluation des effets des concentrations sur le marché des médias sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale.

L'évaluation visée au présent paragraphe est à distinguer des appréciations relevant du droit de la concurrence, y compris celles qui sont prévues par les règles relatives au contrôle des concentrations. Elle est sans préjudice, le cas échéant, de l'article 21, paragraphe 4, du règlement (CE) n° 139/2004.

2. L'évaluation visée au paragraphe 1 tient compte des éléments suivants:
 - (a) les effets de la concentration sur le pluralisme des médias, y compris sur la formation de l'opinion publique et sur la diversité des acteurs médiatiques sur le marché, compte tenu de l'environnement en ligne et des intérêts, liens ou activités des parties dans d'autres secteurs médiatiques ou non médiatiques;
 - (b) les garde-fous protégeant l'indépendance éditoriale, y compris les effets de la concentration sur le fonctionnement des équipes éditoriales et les mesures

prises par les fournisseurs de services de médias en vue de garantir l'indépendance des décisions éditoriales individuelles;

- (c) la question de savoir si, en l'absence de concentration, l'entité acquérante et l'entité acquise resteraient économiquement viables et s'il existe d'autres solutions possibles pour en assurer la viabilité économique.
3. La Commission, assistée par le comité, peut publier des lignes directrices sur les éléments à prendre en compte lors de l'application des critères permettant aux autorités nationales ou aux organismes nationaux de régulation d'évaluer les effets sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale des concentrations sur le marché des médias.
4. L'autorité nationale ou l'organisme national de régulation consulte au préalable le comité sur tout avis ou toute décision qu'elle (ou il) entend adopter et qui évalue les effets sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale d'une concentration sur le marché des médias soumise à l'obligation de notification, lorsque cette concentration est susceptible d'avoir une incidence sur le fonctionnement du marché intérieur.
5. Dans un délai de 14 jours civils à compter de la consultation visée au paragraphe 4, le comité émet un avis sur le projet d'avis ou de décision national qui lui est soumis, en tenant compte des éléments visés au paragraphe 2, et transmet cet avis à l'autorité qui le consulte et à la Commission.
6. L'autorité nationale ou l'organisme national de régulation visé(e) au paragraphe 4 tient le plus grand compte de l'avis décrit au paragraphe 5. Lorsque cette autorité ne suit pas l'avis, en tout ou en partie, elle fournit au comité et à la Commission une justification motivée expliquant sa position, dans un délai de 30 jours civils à compter de la réception de cet avis. Sans préjudice des pouvoirs qui lui sont conférés par les traités, la Commission peut émettre son propre avis sur la question.

Article 22

Avis relatifs aux concentrations sur le marché des médias

1. En l'absence d'une évaluation ou d'une consultation conformément à l'article 21, le comité élabore, à la demande de la Commission, un avis sur les effets sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale d'une concentration sur le marché des médias, lorsque cette concentration est susceptible d'avoir une incidence sur le fonctionnement du marché intérieur des services de médias. Le comité fonde son avis sur les éléments énoncés à l'article 21, paragraphe 2. Le comité peut porter à l'attention de la Commission les concentrations sur le marché des médias susceptibles d'avoir une incidence sur le fonctionnement du marché intérieur des services de médias.
2. Après que le comité a rendu son avis, et sans préjudice des pouvoirs qui lui sont conférés par les traités, la Commission peut émettre son propre avis sur la question.
3. L'avis du comité et, le cas échéant, celui de la Commission sont rendus publics.

Section 6

Allocation transparente et équitable des ressources économiques

Article 23

Mesure de l'audience

1. Les systèmes et les méthodes de mesure de l'audience respectent les principes de transparence, d'impartialité, d'inclusion, de proportionnalité, de non-discrimination et de vérifiabilité.
2. Sans préjudice de la protection des secrets d'affaires des entreprises, les fournisseurs de systèmes exclusifs de mesure de l'audience fournissent, sans retard injustifié et gratuitement, aux fournisseurs de services de médias et aux annonceurs, ainsi qu'aux tiers autorisés par les fournisseurs de services de médias et les annonceurs, des informations précises, détaillées, complètes, intelligibles et actualisées sur la méthode utilisée par leurs systèmes de mesure de l'audience. La présente disposition n'a pas d'incidence sur les règles de l'Union en matière de protection des données et de la vie privée.
3. Les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation encouragent les fournisseurs de systèmes de mesure de l'audience à élaborer, en collaboration avec les fournisseurs de services de médias, leurs organisations représentatives et les autres parties intéressées, des codes de conduite dont le but est de contribuer au respect des principes énoncés au paragraphe 1, notamment en promouvant des audits indépendants et transparents.
4. La Commission, assistée par le comité, peut publier des lignes directrices sur l'application pratique des paragraphes 1, 2 et 3 du présent article.
5. Le comité encourage l'échange de bonnes pratiques relatives au déploiement des systèmes de mesure de l'audience par un dialogue régulier entre les représentants des autorités nationales ou des organismes nationaux de régulation, les représentants des fournisseurs de systèmes de mesure de l'audience et d'autres parties intéressées.

Article 24

Allocation des dépenses pour la publicité d'État

1. Les fonds publics ou les contreparties ou avantages de tout ordre accordés par les autorités publiques aux fournisseurs de services de médias à des fins publicitaires sont octroyés selon des critères transparents, objectifs, proportionnés et non discriminatoires et selon des procédures ouvertes, proportionnées et non discriminatoires. Le présent article n'a pas d'incidence sur les règles en matière de marchés publics.
2. Les autorités publiques, y compris les pouvoirs nationaux, fédéraux ou régionaux, les autorités ou organismes de régulation, ainsi que les entreprises publiques ou autres entités contrôlées par l'État au niveau national ou régional, ou les pouvoirs locaux d'entités territoriales de plus d'un million d'habitants, mettent à la disposition du public des informations précises, complètes, intelligibles, détaillées et annuelles sur les dépenses publicitaires qu'ils ont allouées à des fournisseurs de services de médias, ce qui comprend au moins les renseignements suivants:
 - (a) la dénomination légale des fournisseurs de services de médias auprès desquels les services de publicité ont été achetés;
 - (b) le total annuel des montants dépensés, ainsi que les montants dépensés par fournisseur de services de médias.

3. Les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation surveillent l'allocation des dépenses pour la publicité d'État sur les marchés des médias. Afin d'évaluer l'exactitude des informations sur la publicité d'État mises à disposition conformément au paragraphe 2, les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation peuvent demander aux entités visées au paragraphe 2 des renseignements complémentaires, et notamment des informations sur l'application des critères visés au paragraphe 1.
4. L'allocation de ressources d'État à des fournisseurs de services de médias pour l'achat de biens ou de services autres que la publicité d'État est soumise aux exigences énoncées au paragraphe 1. Le présent article n'a pas d'incidence sur l'application des règles en matière d'aides d'État.

Chapitre IV – Dispositions finales

Article 25

Exercice de surveillance

1. La Commission exerce une surveillance indépendante du marché intérieur des services de médias, y compris des risques qui pèsent sur lui et des progrès réalisés dans son fonctionnement et sa résilience. Les conclusions de l'exercice de surveillance font l'objet d'une consultation avec le comité.
2. La Commission définit les indicateurs de performance clés à utiliser pour la surveillance décrite au paragraphe 1, en consultation avec le comité.
3. L'exercice de surveillance comprend les éléments suivants:
 - (a) une analyse détaillée de la résilience des marchés des médias de tous les États membres, y compris en ce qui concerne le niveau de concentration des médias et les risques de manipulation de l'information et d'ingérence étrangères;
 - (b) une vue générale et une évaluation prospective de la résilience du marché intérieur des services de médias dans son ensemble;
 - (c) une synthèse des mesures prises par les fournisseurs de services de médias en vue de garantir l'indépendance des décisions éditoriales individuelles.
4. L'exercice de surveillance est réalisé chaque année et ses résultats sont rendus publics.

Article 26

Évaluation et rapports

1. Au plus tard [quatre ans après la date d'entrée en vigueur du présent règlement], puis tous les quatre ans, la Commission évalue le présent règlement et fait rapport au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social européen.
2. Aux fins du paragraphe 1, les États membres et le comité fournissent, à sa demande, les informations pertinentes à la Commission.
3. Lorsqu'elle procède à l'évaluation visée au paragraphe 1, la Commission tient compte des éléments suivants:

- (a) les positions et les conclusions du Parlement européen, du Conseil et d'autres organismes ou sources compétents;
- (b) les résultats des discussions importantes menées dans les enceintes concernées;
- (c) les documents pertinents publiés par le comité;
- (d) les conclusions de l'exercice de surveillance décrit à l'article 25.

Article 27

Modifications apportées à la directive 2010/13/UE

1. L'article 30 *ter* de la directive 2010/13/UE est supprimé.
2. Les références à l'article 30 *ter* de la directive 2010/13/UE s'entendent comme étant faites à l'article 12 du présent règlement.
3. Les références faites, dans le droit de l'Union, au groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA) s'entendent comme des références au comité européen pour les services de médias (le «comité»).

Article 28

Entrée en vigueur et application

1. Le présent règlement entre en vigueur le vingtième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel de l'Union européenne*.
2. Le présent règlement s'applique à partir du [6 mois après l'entrée en vigueur].
Toutefois, les articles 7 à 12 et l'article 27 s'appliquent à partir du [3 mois après l'entrée en vigueur] et l'article 19, paragraphe 2, s'applique à partir du [48 mois après l'entrée en vigueur].
3. Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le

Par le Parlement européen
La présidente

Par le Conseil
Le président

FICHE FINANCIÈRE LÉGISLATIVE

1. CADRE DE LA PROPOSITION/DE L'INITIATIVE

- 1.1. Dénomination de la proposition/de l'initiative
- 1.2. Domaine(s) politique(s) concerné(s)
- 1.3. La proposition/l'initiative porte sur:
- 1.4. Objectif(s)
- 1.5. Justification(s) de la proposition/de l'initiative
- 1.6. Durée et incidence financière de la proposition/de l'initiative
- 1.7. Mode(s) de gestion prévu(s)

2 MESURES DE GESTION

- 2.1. Dispositions en matière de suivi et de compte rendu
- 2.2. Système(s) de gestion et de contrôle
- 2.3. Mesures de prévention des fraudes et irrégularités

3. INCIDENCE FINANCIÈRE ESTIMÉE DE LA PROPOSITION/DE L'INITIATIVE

- 3.1. Rubrique(s) du cadre financier pluriannuel et ligne(s) budgétaire(s) de dépenses concernée(s)
- 3.2. Incidence financière estimée de la proposition sur les crédits
- 3.3. Incidence estimée sur les recettes

FICHE FINANCIÈRE LÉGISLATIVE

1. CADRE DE LA PROPOSITION/DE L'INITIATIVE

1.1. Dénomination de la proposition/de l'initiative

Règlement établissant un cadre commun pour les services de médias dans le marché intérieur (législation européenne sur la liberté des médias) et modifiant la directive 2010/13/UE

1.2. Domaine(s) politique(s) concerné(s)

- Marché intérieur
- Investir dans le capital humain, la cohésion sociale et les valeurs
- Un nouvel élan pour la démocratie européenne

1.3. La proposition/l'initiative porte sur:

- une action nouvelle**
- une action nouvelle suite à un projet pilote/une action préparatoire**⁵⁹
- la prolongation d'une action existante**
- une fusion ou une réorientation d'une ou de plusieurs actions vers une autre action/une action nouvelle**

1.4. Objectif(s)

1.4.1. Objectif général/objectifs généraux

L'objectif général de l'intervention est d'améliorer le fonctionnement du marché intérieur des médias. Cette amélioration favorisera la fourniture de services de médias de qualité et renforcera ainsi l'intégrité du marché intérieur dans son ensemble. Un règlement établissant des règles communes, reposant sur un cadre de coopération structuré pour les régulateurs des médias au sein d'un comité composé de représentants des autorités ou organismes de régulation nationaux indépendants compétents, permettra d'atteindre cet objectif.

1.4.2. Objectifs spécifiques

Encourager l'activité et l'investissement transfrontières dans le marché intérieur des médias

L'objectif est de permettre aux acteurs du marché des médias d'étendre plus facilement leurs activités dans le marché intérieur, en augmentant progressivement leurs investissements transfrontières, en nombre et en valeur. À cette fin, l'initiative vise à coordonner certains éléments des cadres nationaux divergents en matière de pluralisme des médias afin de faciliter la fourniture transfrontière de services. Elle aura en particulier pour objectif de garantir que, au moment d'évaluer les opérations sur le marché des médias, les autorités nationales indépendantes abordent le pluralisme des médias d'une manière cohérente dans l'ensemble du marché des médias de l'UE, grâce à des critères communs et à une coordination au niveau de l'UE.

⁵⁹

Tel(le) que visé(e) à l'article 58, paragraphe 2, point a) ou b), du règlement financier.

Accroître la coopération et la convergence réglementaire dans le marché intérieur des médias

L'objectif est de renforcer la coopération réglementaire afin de mieux faire appliquer le cadre de l'UE relatif aux médias dans le contexte transfrontière et de favoriser une convergence en matière de régulation grâce à des avis et à des orientations au niveau de l'UE, en promouvant ainsi des approches cohérentes de l'indépendance et du pluralisme des médias, y compris en ligne. Il est également de fournir des outils en vue d'une action collective – à l'échelle de l'UE – des régulateurs indépendants afin de protéger le marché intérieur de l'UE contre les fournisseurs de services (y compris de pays tiers) qui ne respectent pas les normes de l'UE en matière de médias.

Faciliter la libre prestation de services de médias de qualité dans le marché intérieur

L'objectif est de veiller à ce que les consommateurs et les entreprises bénéficient de contenus fiables, fournis par des médias indépendants dans un marché des services de médias de plus en plus numérique et intrinsèquement transfrontière. Afin d'encourager la fourniture de services de médias de qualité dans le marché intérieur, l'initiative visera à atténuer la tendance à l'ingérence induite d'acteurs publics et privés dans la liberté éditoriale. Elle renforcera la transparence quant à la propriété des médias, afin d'améliorer la responsabilité et l'indépendance des médias. Elle visera également à encourager l'autorégulation pour le fonctionnement indépendant des entreprises de médias. L'initiative aura en outre pour but de faire en sorte que les journalistes puissent travailler sans subir d'ingérence, notamment en ce qui concerne la protection de leurs sources.

Assurer une répartition transparente et équitable des ressources économiques

L'objectif est d'assurer des règles de concurrence équitables pour les acteurs du marché des médias en encourageant une répartition transparente et équitable des ressources économiques. Pour ce faire, l'initiative améliorera la transparence, la non-discrimination, la proportionnalité, l'objectivité et l'inclusivité des méthodes de mesure de l'audience, notamment en ligne. Elle visera également à assurer la transparence, la non-discrimination, la proportionnalité et l'objectivité de l'attribution de la publicité d'État aux médias, afin de réduire au maximum le risque que les médias pro-gouvernementaux soient favorisés ou que les fonds publics soient utilisés pour des intérêts partisans, au détriment d'autres acteurs du marché, et d'encourager ainsi une concurrence loyale dans le marché intérieur des médias.

1.4.3. *Résultat(s) et incidence(s) attendus*

Un règlement et une recommandation adressés aux entreprises de médias et aux États membres afin de favoriser l'indépendance des médias, reposant sur une structure de gouvernance composée du comité assisté d'un secrétariat de la Commission, devraient améliorer le fonctionnement du marché intérieur des médias grâce à un rapprochement des règles et approches nationales dans les domaines en lien avec le pluralisme des médias, et ce, d'une manière efficace, cohérente, proportionnée et largement efficace.

La modélisation financière pour l'analyse d'impact accompagnant la proposition estime les bénéfices économiques nets, sous la forme d'une augmentation des revenus, à 2,885 milliards d'euros pour la première année et à 2,8981 milliards d'euros pour les années suivantes. Les acteurs du marché des médias constateront des bénéfices réglementaires directs.

Le secteur audiovisuel bénéficiera particulièrement de l'introduction d'exigences communes concernant les législations nationales sur le pluralisme des médias et les procédures de surveillance du marché et bénéficiera d'économies d'échelle dans un marché intérieur des médias plus performant, plus prévisible et cohérent et moins protectionniste.

Les radiodiffuseurs et fournisseurs de contenus d'information (audiovisuels) et les entités originaires d'un autre pays, qui sont davantage à risque de subir un préjudice du fait de la fragmentation réglementaire, pourront étendre leurs activités dans d'autres États membres.

Ces radiodiffuseurs et les entreprises de presse qui adoptent les recommandations concernant les garde-fous destinés à protéger l'indépendance éditoriale renforceront leur indépendance éditoriale ainsi que leur liberté à prendre des décisions sans ingérence publique ou privée, en élargissant la pluralité des voix ou des opinions exprimées ainsi que les sujets analysés dans leurs contenus médiatiques. Les journalistes seront également plus indépendants vis-à-vis des propriétaires des médias, grâce à l'application accrue de ces garde-fous au sein des entreprises de médias.

La transparence renforcée de la propriété des médias et, en particulier, des autres intérêts commerciaux des propriétaires rendra la concurrence plus loyale, en particulier dans le secteur de la presse (qui englobe les médias imprimés et en ligne), pour lequel les États membres ne possèdent généralement pas d'outils de transparence spécifiques, tels que des registres de médias.

Des systèmes de mesure de l'audience plus transparents réduiront les distorsions sur le marché, renforceront davantage les conditions de concurrence équitables entre les fournisseurs de services de médias et les acteurs en ligne et bénéficieront en particulier aux services de médias audiovisuels et à la presse en ligne, ainsi qu'aux annonceurs en ligne. Les journalistes devraient également en bénéficier, étant donné qu'ils comprendront mieux la manière dont les acteurs en ligne mesurent l'audience des services de médias. Les mesures relatives à la transparence et à l'équité de la publicité d'État réduiront les distorsions sur le marché et feront en sorte qu'une plus large diversité de médias aient accès à cette source de revenus.

Les PME bénéficieront d'une plus grande sécurité juridique et de coûts juridiques moins élevés. En outre, un accès potentiellement élargi à la publicité d'État représentera une possibilité proportionnellement plus importante pour les petites entreprises. De même, les PME se trouvent en position particulièrement défavorable face aux acteurs en ligne en ce qui concerne la mesure de l'audience en ligne: l'initiative contribuera donc à équilibrer les règles de concurrence en faveur des PME en ce qui concerne les revenus publicitaires.

1.4.4. Indicateurs de performance

Indicateurs proposés et résultats escomptés	Base de référence
<p>Indicateur: nombre et valeur des investissements transfrontières dans les marchés de médias des États membres de l'EU-27 (annuel)</p> <p>Résultat escompté: augmentation progressive des investissements transfrontières, en</p>	<p>Investissements 2013-2021 par les investisseurs:</p> <ul style="list-style-type: none"> - UE: 478 opérations - pays tiers: 389 opérations <p>Valeur de 60 % des opérations: 84 milliards d'EUR</p>

nombre et en valeur	
<p>Indicateur: nombre d'avis du comité sur des décisions nationales de surveillance des marchés de médias pris en considération par l'autorité nationale pertinente (annuel)</p> <p>Résultat escompté: proportion des avis du comité pris en considération par les États membres</p>	s.o.
<p>Indicateur: proportion de dossiers résolus par le comité dans le cadre du mécanisme de coopération et du mécanisme d'assistance mutuelle (annuel)</p> <p>Résultat escompté: proportion de dossiers résolus par le comité</p>	s.o.
<p>Indicateur – Nombre de documents d'orientation/rapports publiés par la Commission et/ou le comité, le cas échéant, dans les domaines réglementaires clés pour le pluralisme des médias (tous les trois ans)</p> <p>Résultat escompté: augmentation du nombre de domaines pertinents pour le pluralisme des médias couverts par les orientations/rapports publiés au niveau de l'UE</p>	s.o.
<p>Indicateur – Notes de risque (annuelles) sur les questions suivantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> – indépendance politique des médias – autonomie éditoriale – indépendance de la gouvernance des médias de service public – influence commerciale et des propriétaires sur le contenu éditorial – protection des sources journalistiques – transparence de la propriété des médias <p>Résultat escompté: réduction progressive des notes de risque</p>	<p>Notes de risque respectives dans le MPM 2021:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 54 % – 55 % – 50 % – 60 % – 16 % – 58 %

<p>Indicateur: nombre d'États membres possédant des organismes d'autorégulation des médias (annuel)</p> <p>Résultat escompté: augmentation progressive du nombre d'États membres possédant des organismes d'autorégulation</p>	16
<p>Indicateur: perception de la confiance des citoyens dans les médias (bisannuel)</p> <p>Résultat escompté: augmentation progressive de la confiance dans les médias</p>	<p>Pourcentage de répondants faisant confiance aux médias suivants:</p> <p>58 %: radio</p> <p>51 %: télévision</p> <p>51 %: presse</p> <p>35 %: internet</p>
<p>Indicateur: nombre de dossiers relatifs à un manquement aux principes de systèmes de mesure de l'audience (annuel)</p> <p>Résultat escompté: diminution progressive du nombre de systèmes de mesure de l'audience non conformes avec le nouveau cadre de l'UE</p>	Nielsen: 61 % des responsables du marketing ont accepté d'avoir accès aux données d'audience de qualité nécessaires pour utiliser au mieux leur budget médias
<p>Indicateur: note de risque (annuelle) concernant l'attribution de la publicité d'État</p> <p>Résultat escompté: réduction progressive de la note de risque</p>	Note de risque obtenue dans le MPM 2021 concernant la publicité d'État: 70 %

1.5. Justification(s) de la proposition/de l'initiative

1.5.1. *Besoin(s) à satisfaire à court ou à long terme, assorti(s) d'un calendrier détaillé pour la mise en œuvre de l'initiative*

La plupart des dispositions du règlement seront directement applicables six mois après l'entrée en vigueur du règlement. Afin de préparer le terrain pour une mise en œuvre adéquate de la législation européenne sur la liberté des médias, les dispositions de cette dernière relatives aux autorités de régulation des médias indépendantes et au Comité européen pour les services de médias ainsi que la modification connexe de la directive «Services de médias audiovisuels» (directive SMA) entreront déjà en application trois mois après l'entrée en vigueur de la législation. Cela permettra que le comité soit établi à temps pour assurer une mise en œuvre efficace du règlement.

Le comité remplacera et succèdera au groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA) institué par la directive SMA. Il est renommé afin de refléter l'élargissement de sa mission, compte tenu des tâches supplémentaires qui lui sont confiées et des ressources supplémentaires qui lui sont allouées [notamment de nouveaux effectifs provenant de la Commission (DG CNECT)]. La législation européenne sur la liberté des médias fera en sorte que toutes les références faites au groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA) dans le droit de l'Union et, en particulier, dans la directive SMA soient comprises comme faisant référence au Comité européen pour les services de médias (le «comité»).

Comme l'ERGA actuellement, le comité sera assisté, dans ses activités, par un secrétariat, fourni par la Commission. Le secrétariat restera situé au sein de la DG CNECT. Il fournira un soutien administratif et organisationnel au comité. Les

ressources envisagées par le règlement pour le secrétariat permettront à celui-ci d'assister le comité dans l'exécution de ses tâches. Le secrétariat du comité sera constitué au cours des deux premières années de mise en œuvre, à partir de 2024, et ses effectifs seront au complet en 2025.

Afin de faciliter la mise en œuvre de la législation européenne sur la liberté des médias, la DG CNECT devrait commander des études externes. Ces études pourront également être utilisées afin d'étayer les activités du comité et d'orienter ses travaux. Le budget annuel alloué à ces études sera disponible à compter de la date attendue de début de mise en œuvre, en 2024, grâce à un redéploiement à partir du programme Europe créative.

- 1.5.2. *Valeur ajoutée de l'intervention de l'UE (celle-ci peut résulter de différents facteurs, par exemple des gains de coordination, sécurité juridique, efficacité accrue, complémentarités, etc.). Aux fins du présent point, on entend par «valeur ajoutée de l'intervention de l'Union» la valeur découlant de l'intervention de l'Union qui vient s'ajouter à la valeur qui, sans cela, aurait été générée par la seule action des États membres.*

Justification de l'action au niveau européen (ex ante): l'initiative vise à garantir un meilleur fonctionnement du marché intérieur des médias en améliorant la sécurité juridique et en éliminant les obstacles au marché intérieur. Les règles établiront des mécanismes visant à renforcer la transparence, l'indépendance et l'obligation de rendre compte pour les mesures et actions ayant une incidence sur les marchés des médias, la liberté et le pluralisme au sein de l'UE.

Valeur ajoutée de l'UE escomptée (ex post): selon l'analyse d'impact accompagnant la présente proposition, l'intervention réduirait les contraintes pour les acteurs du marché qui doivent se conformer à différents régimes juridiques nationaux lorsqu'ils opèrent dans plusieurs États membres. Elle accroîtrait également la prévisibilité et renforcerait la sécurité juridique pour les acteurs du marché des médias, favorisant ainsi une concurrence et des investissements transfrontières loyaux. Elle permettrait, en outre, aux régulateurs des médias d'adopter des réponses coordonnées sur les questions affectant l'espace d'information de l'UE. Les bénéfices économiques nets, sous la forme d'une augmentation des revenus, sont estimés à 2,885 milliards d'euros pour la première année et à 2,898 milliards d'euros pour les années suivantes. En établissant un cadre commun de l'UE qui favorise l'activité transfrontière, renforce la coopération entre les régulateurs, encourage la fourniture de contenus médiatiques de qualité et remédie aux pratiques qui faussent la concurrence, l'initiative créerait des conditions plus propices au développement des services de médias par-delà les frontières et élargirait le choix de contenus médiatiques de qualité pour le consommateur. Cela renforcera le marché intérieur des médias tout en promouvant la liberté et le pluralisme des médias, protégés par la charte des droits fondamentaux.

- 1.5.3. *Leçons tirées d'expériences similaires*

La présente proposition est étayée par les expériences acquises par la Commission avec la directive «Services de médias audiovisuels» (directive SMA), qui a été révisée pour la dernière fois en 2018 et qui doit encore être transposée dans certains États membres. S'il n'existe pas encore d'évaluation complète de la directive SMA révisée, celle-ci comporte un certain nombre de mesures de régulation des médias relatives à la protection des consommateurs et à la promotion des intérêts publics, tels que la diversité culturelle. Toutefois, elle se limite aux services de médias

audiovisuels et ne couvre pas les questions ayant trait au pluralisme et à l'indépendance des médias (au-delà de l'indépendance des autorités et organismes de régulation nationaux), qui seront traitées par l'intervention. Les enseignements les plus utiles qui ont été tirés sont qu'un règlement est susceptible de permettre d'atteindre beaucoup plus rapidement qu'une directive les résultats souhaités de l'intervention et qu'une structure de soutien institutionnelle mieux dotée en ressources est nécessaire à une régulation efficace et cohérente des médias.

1.5.4. *Compatibilité avec le cadre financier pluriannuel et synergies éventuelles avec d'autres instruments appropriés*

La présente proposition relève de la rubrique «Un nouvel élan pour la démocratie européenne» du programme de travail 2022 de la Commission.

La législation européenne sur la liberté des médias complètera le cadre pertinent, qui inclut les règles en matière de droit d'auteur, la directive SMA révisée ainsi que la législation sur les services numériques et la législation sur les marchés numériques récemment adoptées. Dans le domaine de la transparence quant à la propriété, cette législation débouchera sur des synergies avec la directive anti-blanchiment et la directive de l'UE sur le droit des sociétés. En ce qui concerne les sources journalistiques, la législation ajoutera un solide garde-fou ciblé contre le déploiement de logiciels espions dans les appareils utilisés par les fournisseurs de services de médias ou leurs employés, en s'appuyant sur les protections prévues par la directive 2002/58/CE, la directive 2016/680/UE et la directive 2013/40/UE.

L'acte est entièrement compatible avec les opérations de financement entreprises au titre du cadre financier pluriannuel, du programme Europe Créative, notamment en ce qui concerne la surveillance et la défense de la liberté et du pluralisme des médias et les partenariats journalistiques.

1.5.5. *Évaluation des différentes possibilités de financement disponibles, y compris des possibilités de redéploiement*

Sur la base de l'expérience acquise en ce qui concerne le travail de l'ERGA et de son secrétariat, le soutien qu'apportera la Commission au nouveau Comité européen pour les services de médias, notamment en fournissant le secrétariat du comité, devrait nécessiter, selon les estimations, entre 8 et 10 ETP. D'autres options potentielles ont été envisagées dans l'analyse d'impact accompagnant la présente proposition.

Les études supplémentaires que commandera la Commission devraient coûter jusqu'à 1 million d'euros par année.

Le fonctionnement du comité, en particulier le remboursement des frais de déplacement, devrait nécessiter entre 150 000 et 200 000 euros par année.

Les coûts administratifs récurrents exposés par les autorités de régulation nationales (ARN) pour la participation au comité (par exemple, les salaires du personnel employé à cet effet) seraient pris en charge par les ARN, comme cela est le cas actuellement avec l'ERGA et les entités comparables.

Les dépenses relatives aux activités de l'ERGA et à la commande des études liées à la directive SMA sont actuellement financées sur le volet média du programme Europe créative.

Le volet transsectoriel du programme Europe Créative vise à «promouvoir les activités transsectorielles visant à s'adapter aux changements structurels et

technologiques rencontrés par le secteur des médias, en ce compris favoriser un environnement médiatique libre, diversifié et pluraliste, un journalisme de qualité et l'éducation aux médias, y compris dans un contexte numérique» [article 7, paragraphe 1, point c), du règlement (UE) 2021/818 établissant le programme «Europe Créative»].

Le volet transsectoriel constituera dès lors la source de financement des coûts liés au fonctionnement du comité, dont le mandat couvrira différents types d'acteurs du marché des médias dans le secteur audiovisuel et dans d'autres secteurs de médias.

La source du financement des études dépendra de l'objet de ces études: celles qui couvrent uniquement des questions audiovisuelles continueront d'être financées sur le volet média du programme Europe Créative, tandis que les autres études nécessaires seront financées sur le volet transsectoriel.

1.6. **Durée et incidence financière de la proposition/de l'initiative**

durée limitée

- en vigueur à partir de [JJ/MM]AAAA jusqu'en/au [JJ/MM]AAAA
- incidence financière de AAAA jusqu'en AAAA pour les crédits d'engagement et de AAAA jusqu'en AAAA pour les crédits de paiement.

durée illimitée

- Mise en œuvre avec une période de montée en puissance de 2024 jusqu'en 2025,
- puis un fonctionnement en rythme de croisière au-delà.

1.7. **Mode(s) de gestion prévu(s)**

Gestion directe par la Commission

- dans ses services, y compris par l'intermédiaire de son personnel dans les délégations de l'Union;

- par les agences exécutives

Gestion partagée avec les États membres

Gestion indirecte en confiant des tâches d'exécution budgétaire:

- à des pays tiers ou aux organismes qu'ils ont désignés;
 - à des organisations internationales et à leurs agences (à préciser);
 - à la BEI et au Fonds européen d'investissement;
 - aux organismes visés aux articles 70 et 71 du règlement financier;
 - à des organismes de droit public;
 - à des organismes de droit privé investis d'une mission de service public, pour autant qu'ils soient dotés des garanties financières suffisantes;
 - à des organismes de droit privé d'un État membre qui sont chargés de la mise en œuvre d'un partenariat public-privé et soient dotés des garanties financières suffisantes;
 - à des personnes chargées de l'exécution d'actions spécifiques relevant de la PESC, en vertu du titre V du traité sur l'Union européenne, identifiées dans l'acte de base concerné.
- *Si plusieurs modes de gestion sont indiqués, veuillez donner des précisions dans la partie «Remarques».*

Remarques

--

2. MESURES DE GESTION

2.1. Dispositions en matière de suivi et de compte rendu

Après l'adoption de l'instrument législatif, les États membres auront entre trois et six mois pour adapter leurs cadres nationaux, le cas échéant. La première évaluation de l'instrument sera effectuée quatre ans après l'entrée en vigueur des nouvelles règles, et les évaluations ultérieures auront lieu tous les quatre ans. La surveillance exercée par la Commission sera soutenue par le comité.

Un mécanisme de surveillance spécifique sera également envisagé pour la recommandation accompagnant la proposition. Ce mécanisme associera des rapports ciblés élaborés par les États membres au nouveau mécanisme établi au titre du règlement pour la surveillance indépendante des risques pour le fonctionnement du marché intérieur des services de médias.

2.2. Système(s) de gestion et de contrôle

2.2.1. *Justification du (des) mode(s) de gestion, du (des) mécanisme(s) de mise en œuvre du financement, des modalités de paiement et de la stratégie de contrôle proposée*

Conformément à la législation européenne sur la liberté des médias, le groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA) deviendra le Comité européen pour les services de médias. Il encouragera l'application efficace et cohérente tant de la législation européenne sur la liberté des médias que de la directive SMA dans l'ensemble des États membres. Conformément à ses missions au titre du droit de l'Union, le comité, entre autres activités, fournira des conseils d'experts sur les aspects réglementaires, techniques ou pratiques de la régulation des médias, rendra des avis, coordonnera les mesures prises à l'égard des fournisseurs de services de médias (y compris de pays tiers) qui ne respectent pas les normes de l'UE en matière de médias et promouvra la coopération et l'échange efficace d'informations, d'expériences et de bonnes pratiques entre les régulateurs.

Afin de garantir l'accomplissement par le comité de son mandat, il est prévu que la Commission entretienne des contacts étroits avec les autorités et organismes de régulation nationaux compétents. En outre, le règlement prévoit que le président du comité doit tenir la Commission au courant des activités prévues et en cours du comité. Ce dernier est également tenu de consulter la Commission lors de la préparation de son programme de travail et de ses principaux éléments livrables, conformément à son règlement intérieur.

Conformément aux pratiques actuelles et eu égard à l'option stratégique retenue, la Commission mettra en œuvre le financement prévu au titre du programme Europe Créative en gestion directe. Le financement est couvert par la stratégie de contrôle s'y rapportant. Les contrôles seront réalisés par la DG CNECT.

2.2.2. *Informations sur les risques recensés et sur le(s) système(s) de contrôle interne mis en place pour les atténuer*

Afin que le comité remplisse son mandat conformément au présent règlement, il est prévu de lui attribuer un secrétariat, fourni par la Commission. Ce secrétariat lui prêtera assistance dans ses activités et lui fournira un soutien administratif et organisationnel.

Le système de contrôle et de soutien envisagé permet d'atténuer les risques potentiels. Étant donné que la législation repose sur une structure existante, et compte tenu de la gestion directe des ressources financières pertinentes par la Commission, aucun risque majeur n'a été détecté.

Les contrôles font partie du système de contrôle interne de la DG CNECT.

- 2.2.3. *Estimation et justification du rapport coût-efficacité des contrôles (rapport «coûts du contrôle ÷ valeur des fonds concernés gérés»), et évaluation du niveau attendu de risque d'erreur (lors du paiement et lors de la clôture)*

Les systèmes et procédures de contrôle interne de la DG CNECT seront utilisés. Ces systèmes et procédures sont fonctionnels et rentables. Le but est de garantir un taux d'erreur inférieur au seuil de signification de 2 %.

2.3. **Mesures de prévention des fraudes et irrégularités**

Les mesures de prévention des fraudes existantes applicables à la Commission couvriront les crédits supplémentaires nécessaires aux fins du présent règlement.

3. INCIDENCE FINANCIÈRE ESTIMÉE DE LA PROPOSITION/DE L'INITIATIVE

3.1. Rubrique(s) du cadre financier pluriannuel et ligne(s) budgétaire(s) de dépenses concernée(s)

- Lignes budgétaires existantes

Rubrique du cadre financier pluriannuel	Ligne budgétaire	Nature de la dépense	Participation			
	Numéro	CD/CND ⁶⁰	de pays AELE ⁶¹	de pays candidats ⁶²	de pays tiers	au sens de l'article 21, paragraphe 2, point b), du règlement financier
2b	07.010401 – Dépenses d'appui pour le programme	CND	OUI	OUI	OUI	NON
2b	07.050300 – Volet transsectoriel du programme «Europe créative»	C.D.	OUI	OUI	OUI	NON
2b	07.050200 – Volet média du programme «Europe créative»	C.D.	OUI	OUI	OUI	NON

- Nouvelles lignes budgétaires, dont la création est demandée

s.o.

⁶⁰ CD = crédits dissociés/CND = crédits non dissociés.

⁶¹ AELE: Association européenne de libre-échange.

⁶² Pays candidats et, le cas échéant, pays candidats potentiels des Balkans occidentaux.

3.2. Incidence financière estimée de la proposition sur les crédits

3.2.1. Synthèse de l'incidence estimée sur les crédits opérationnels

- La proposition/l'initiative n'engendre pas l'utilisation de crédits opérationnels
- La proposition/l'initiative engendre l'utilisation de crédits opérationnels, comme expliqué ci-après:

Les crédits seront redéployés à l'intérieur des enveloppes financières allouées aux volets média et transsectoriel du programme Europe créative ainsi qu'à la ligne budgétaire du CFP 2021-2027 relative au soutien administratif.

En Mio EUR (à la 3^e décimale)

Rubrique pluriannuel	du	cadre	financier	2b	COHÉSION, RÉSILIENCE ET VALEURS			
-----------------------------	-----------	--------------	------------------	----	--	--	--	--

DG CNECT			2024	2025	2026	2027	Après 2027	TOTAL
• Crédits opérationnels (réaffectés au sein du programme «Europe créative»)								
07.050200 – Volet média du programme «Europe créative»	Engagements	(1a)	0,500	0,500	0,500	0,500		2,000
	Paiements	(2a)	0,250	0,500	0,500	0,500	0,250	2,000
07.050300 – Volet transsectoriel du programme «Europe créative»	Engagements	(1b)	0,500	0,500	0,500	0,500		2,000
	Paiements	(2b)	0,250	0,500	0,500	0,500	0,250	2,000
Crédits de nature administrative financés par l'enveloppe de certains programmes spécifiques ⁶³								
07.010401 – Dépenses d'appui pour le programme		(3)	0,200	0,200	0,200	0,200		0,800
TOTAL des crédits pour la DG CNECT	Engagements	=1a+1b+3	1,200	1,200	1,200	1,200		4,800
	Paiements	=2a+2b+3	0,700	1,200	1,200	1,200	0,500	4,800

⁶³

Assistance technique et/ou administrative et dépenses d'appui à la mise en œuvre de programmes et/ou d'actions de l'UE (anciennes lignes «BA»), recherche indirecte, recherche directe.

• TOTAL des crédits opérationnels	Engagements	(4)	1,000	1,000	1,000	1,000		4,000
	Paiements	(5)	0,500	1,000	1,000	1,000	0,500	4,000
• TOTAL des crédits de nature administrative financés par l'enveloppe de certains programmes spécifiques		(6)	0,200	0,200	0,200	0,200		0,800
Total des crédits pour la RUBRIQUE 2b du cadre financier pluriannuel	Engagements	=4+6	1,200	1,200	1,200	1,200		4,800
	Paiements	=5+6	0,700	1,200	1,200	1,200	0,500	4,800

Rubrique pluriannuel	du	cadre	financier	7	«Dépenses administratives»		
-----------------------------	-----------	--------------	------------------	----------	----------------------------	--	--

En Mio EUR (à la 3^e décimale)

				2024	2025	2026	2027	Après 2027	TOTAL
DG CNECT									
⊗ Ressources humaines				0,644	1,288	1,288	1,288		4,508
○ Autres dépenses administratives									
TOTAL DG CNECT				0,644	1,288	1,288	1,288		4,508
				Crédits					

TOTAL des crédits pour la RUBRIQUE 7 du cadre financier pluriannuel		(Total engagements = Total paiements)	0,644	1,288	1,288	1,288		4,508
--	--	---------------------------------------	-------	-------	-------	-------	--	--------------

En Mio EUR (à la 3^e décimale)

		2024	2025	2026	2027	Après 2027	TOTAL	
TOTAL des crédits pour les RUBRIQUES 1 à 7 du cadre financier pluriannuel								
		Engagements		1,844	2,488	2,488	2,488	9,308
		Paiements		1,344	2,488	2,488	0,500	9,308

3.2.2. Estimation des réalisations financées avec des crédits opérationnels

s.o.

3.2.3. Synthèse de l'incidence estimée sur les crédits administratifs

- La proposition/l'initiative n'engendre pas l'utilisation de crédits de nature administrative.
- La proposition/l'initiative engendre l'utilisation de crédits de nature administrative, comme expliqué ci-après:

En Mio EUR (à la 3^e décimale)

	2024	2025	2026	2027	Après 2027	TOTAL
--	------	------	------	------	------------	-------

RUBRIQUE 7 du cadre financier pluriannuel						
Ressources humaines	0,644	1,288	1,288	1,288		4,508
Autres dépenses administratives						
Sous-total RUBRIQUE 7 du cadre financier pluriannuel	0,644	1,288	1,288	1,288		4,508

Hors RUBRIQUE 7⁶⁴ du cadre financier pluriannuel						
Ressources humaines						
Autres dépenses de nature administrative						
Sous-total hors RUBRIQUE 7 du cadre financier pluriannuel						

TOTAL	0,644	1,288	1,288	1,288		4,508
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--	--------------

Les besoins en crédits pour les ressources humaines et les autres dépenses de nature administrative seront couverts par les crédits de la DG déjà affectés à la gestion de l'action et/ou redéployés en interne au sein de la DG, complétés le cas échéant par toute dotation additionnelle qui pourrait être allouée à la DG gestionnaire dans le cadre de la procédure d'allocation annuelle et compte tenu des contraintes budgétaires existantes.

⁶⁴ Assistance technique et/ou administrative et dépenses d'appui à la mise en œuvre de programmes et/ou d'actions de l'UE (anciennes lignes «BA»), recherche indirecte, recherche directe.

Besoins estimés en ressources humaines

- La proposition/l'initiative n'engendre pas l'utilisation de ressources humaines.
- La proposition/l'initiative engendre l'utilisation de ressources humaines, comme expliqué ci-après:

Estimation à exprimer en équivalents temps plein

	2024	2025	2026	2027
• Emplois du tableau des effectifs (fonctionnaires et d'agents temporaires)				
20 01 02 01 (au siège et dans les bureaux de représentation de la Commission)	3	6	6	6
20 01 02 03 (en délégation)				
01 01 01 01 (recherche indirecte)				
01 01 01 11 (recherche directe)				
Autres lignes budgétaires (à préciser)				
• Personnel externe (en équivalent temps plein: ETP)⁶⁵				
20 02 01 (AC, END, INT de l'enveloppe globale)	2	4	4	4
20 02 03 (AC, AL, END, INT et JPD dans les délégations)				
XX 01 xx yy zz ⁶⁶	- au siège			
	- en délégation			
01 01 01 02 (AC, END, INT sur recherche indirecte)				
01 01 01 12 (AC, END, INT sur recherche directe)				
Autres lignes budgétaires (à préciser)				
TOTAL	5	10	10	10

Les besoins en ressources humaines seront couverts par les effectifs de la DG déjà affectés à la gestion de l'action et/ou redéployés en interne au sein de la DG, complétés le cas échéant par toute dotation additionnelle qui pourrait être allouée à la DG gestionnaire dans le cadre de la procédure d'allocation annuelle et compte tenu des contraintes budgétaires existantes.

Description des tâches à effectuer:

Fonctionnaires et agents temporaires	<p>Contrôle de la bonne mise en œuvre des obligations établies par le règlement pour les entreprises privées, les États membres et les autorités et organismes de régulation nationaux rassemblés au sein du comité</p> <p>Représentation de la Commission au sein du comité et échanges avec le comité au sujet des activités de celui-ci, y compris également au sujet de son programme de travail annuel et de son règlement intérieur</p> <p>Gestion des procédures au titre du règlement, notamment en ce qui concerne les tâches du comité</p> <p>Fourniture d'un soutien au comité en ce qui concerne les tâches qui lui sont attribuées par le règlement</p> <p>Fourniture d'un soutien administratif et logistique au comité, notamment en ce qui concerne son organisation au quotidien et l'organisation de ses réunions</p> <p>Soutien de la coopération et de la coordination des autorités ou organismes de</p>
--------------------------------------	---

⁶⁵ AC = agent contractuel; AL = agent local; END = expert national détaché; INT = intérimaire; JPD = jeune professionnel en délégation.

⁶⁶ Sous-plafonds de personnel externe financés sur crédits opérationnels (anciennes lignes «BA»).

	<p>régulation nationaux au niveau de l'Union</p> <p>Commande et gestion d'études externes en rapport avec le règlement et les activités du comité</p>
Personnel externe	<p>Fourniture d'un soutien au comité en ce qui concerne les tâches qui lui sont attribuées par le règlement</p> <p>Fourniture d'un soutien administratif et logistique au comité, notamment en ce qui concerne son organisation au quotidien et l'organisation de ses réunions</p> <p>Soutien de la coopération et de la coordination des autorités ou organismes de régulation nationaux au niveau de l'Union</p>

3.2.4. *Compatibilité avec le cadre financier pluriannuel actuel*

La proposition/l'initiative:

- peut être intégralement financée par voie de redéploiement au sein de la rubrique concernée du cadre financier pluriannuel (CFP).

Les crédits seront redéployés à l'intérieur de l'enveloppe financière allouée aux volets média et transectoriel du programme Europe créative ainsi qu'à la ligne budgétaire du CFP 2021-2027 relative au soutien administratif. Ce redéploiement n'aura pas d'incidence significative sur d'autres activités du programme, étant donné qu'il sera absorbé de manière homogène entre les actions.

- nécessite l'utilisation de la marge non allouée sous la rubrique correspondante du CFP et/ou le recours aux instruments spéciaux comme le prévoit le règlement CFP.

- nécessite une révision du CFP.

3.2.5. *Participation de tiers au financement*

La proposition/l'initiative:

- ne prévoit pas de cofinancement par des tierces parties
- prévoit le cofinancement par des tierces parties estimé ci- après:

Crédits en Mio EUR (à la 3e décimale)

	Année N	Année N+1	Année N+2	Année N+3	Insérer autant d'années que nécessaire, pour refléter la durée de l'incidence (cf. point 1.6)			Total
Préciser l'organisme de cofinancement								
TOTAL cofinancés crédits								

3.3. Incidence estimée sur les recettes

- La proposition/l'initiative est sans incidence financière sur les recettes.
- La proposition/l'initiative a une incidence financière décrite ci-après:
 - sur les ressources propres
 - sur les autres recettes
 - veuillez indiquer si les recettes sont affectées à des lignes de dépenses

En Mio EUR (à la 3^e décimale)

Ligne budgétaire de recettes:	Montants inscrits pour l'exercice en cours	Incidence de la proposition/de l'initiative ⁶⁷					Insérer autant d'années que nécessaire, pour refléter la durée de l'incidence (cf. point 1.6)		
		Année N	Année N+1	Année N+2	Année N+3				
Article									

Pour les recettes qui seront affectées, préciser la (les) ligne(s) budgétaire(s) de dépenses concernée(s).

Autres remarques (relatives, par exemple, à la méthode/formule utilisée pour le calcul de l'incidence sur les recettes ou toute autre information).

⁶⁷ En ce qui concerne les ressources propres traditionnelles (droits de douane, cotisations sur le sucre), les montants indiqués doivent être des montants nets, c'est-à-dire des montants bruts après déduction de 20 % de frais de perception.