

N° 103

SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2016-2017

Enregistré à la Présidence du Sénat le 3 novembre 2016

PROPOSITION DE RÉSOLUTION EUROPÉENNE

PRÉSENTÉE

au nom de la commission des affaires européennes, en application de l'article 73 quater du Règlement, sur l'adaptation de la directive « Services de médias audiovisuels » à l'évolution des réalités du marché,

Par M. André GATTOLIN et Mme Colette MÉLOT,

Sénateurs

(Envoyée à la commission de la culture, de l'éducation et de la communication.)

EXPOSÉ DES MOTIFS

Mesdames, Messieurs,

Le 25 mai 2016, la Commission européenne a présenté une proposition de directive visant à adapter la directive « Services de médias audiovisuels » à l'évolution des réalités du marché.

Faisant suite à une réflexion engagée dès 2013 et conclue par une consultation publique clôturée le 30 septembre 2015, l'objectif de ce texte est d'adapter la législation de l'Union européenne concernant les médias audiovisuels aux nouveaux modes de consommation de ces médias.

Ce texte, présenté comme une évolution et non une révolution, propose une série de mesures pour améliorer le dispositif existant sans le transformer ou le dénaturer. Si un certain nombre de ces mesures constituent un apport tangible et méritent d'être soutenues, il apparaît d'une part qu'elles ne vont pas toujours assez loin dans les évolutions nécessaires, et, d'autre part, qu'un certain nombre d'entre elles sont contraires à ce qu'on peut attendre de la régulation des médias audiovisuels en Europe.

1. Quel est le contexte ?

En 1989, la directive "Télévision sans frontières" a établi le premier cadre réglementaire européen pour l'exercice des activités de radiodiffusion télévisuelle. En 2007, face au développement de l'internet et des services de vidéo à la demande, son champ d'application a été étendu à l'ensemble des services de médias audiovisuels par la directive du même nom, la directive SMA. Alors que cette dernière a été codifiée en 2010, dès 2013, la Commission européenne a engagé une réflexion pour sa révision.

La révolution numérique transforme rapidement nos sociétés, les progrès technologiques entraînent des changements des modes de consommation. Aujourd'hui, on ne regarde plus

seulement des programmes audiovisuels à la télévision, mais aussi sur son ordinateur, sa tablette ou son téléphone portable. Demain, ce sera sur des objets connectés (montre, réfrigérateur, etc...). Parallèlement, de nouveaux modèles économiques émergent et bousculent les acteurs historiques : services de vidéos à la demande et plateformes de partage de vidéos viennent concurrencer les radiodiffuseurs. Or, avec ces derniers, c'est toute la chaîne de soutien à la création audiovisuelle qui est affectée, et à travers elle la nécessaire diversité culturelle dont l'Europe a besoin. Les nouveaux acteurs, souvent non européens, géants mondiaux de l'internet, paient peu d'impôts et ne participent pas à la production de programmes audiovisuels. Pourtant, ce sont eux qui attirent chaque année un peu plus de recettes publicitaires. En outre, on trouve sur internet toutes sortes d'images et de programmes qui échappent à toute règle ou toute forme de régulation visant à protéger les publics les plus faibles.

L'Union européenne se devait donc d'agir. Elle le fait dans le cadre plus général de sa stratégie pour un marché unique numérique qui prévoit au total seize initiatives législatives.

Pour analyser cette proposition, vos rapporteurs ont auditionné à Paris le ministère de la culture, France Télévisions, le groupe Orange, TF1, M6 et Canal+ ; à Bruxelles, ils ont pu entendre la Représentation permanente de la France, la DG Connect à l'origine du texte, la Société des auteurs audiovisuels, l'Association des télévisions commerciales et le Bureau européen des unions de consommateurs.

2. Que propose la Commission ?

Sans bouleverser les équilibres actuels, la Commission propose d'adapter la directive SMA aux évolutions du marché. L'approche consiste à apporter des modifications là où des problèmes ont été identifiés. L'objectif est de parvenir à un meilleur équilibre des règles qui s'appliquent aujourd'hui aux organismes traditionnels de radiodiffusion télévisuelle, aux fournisseurs de vidéos à la demande et aux plateformes de partage de vidéos, notamment lorsqu'il s'agit de protéger les enfants. La version révisée de la directive SMA propose de renforcer également la promotion de la diversité culturelle européenne, de garantir l'indépendance des autorités de régulation de l'audiovisuel et

d'offrir une plus grande souplesse aux organismes de diffusion en matière de publicité.

La proposition de la Commission s'articule autour de quatre axes :

- La responsabilisation des plateformes de partage de vidéos : les plateformes qui organisent une grande quantité de vidéos et leur associent des mots-clés auraient l'obligation de protéger les mineurs des contenus préjudiciables (telles que la pornographie et la violence) et de protéger tous les citoyens de l'incitation à la haine. Parmi les mesures détaillées figurent des systèmes de contrôle parental ou des outils qui permettent aux utilisateurs d'indiquer et de signaler les contenus préjudiciables ou qui concernent la vérification de l'âge. Plutôt que de s'en remettre à l'autorégulation, les autorités nationales de régulation de l'audiovisuel auraient compétence pour faire respecter les règles, ce qui, selon la législation nationale applicable, pourrait aussi donner lieu à des sanctions.

- Un rôle renforcé pour les autorités de régulation de l'audiovisuel : la directive garantirait désormais que les instances de régulation sont véritablement indépendantes des gouvernements et de l'industrie et qu'elles peuvent assumer au mieux leur rôle, à savoir veiller à ce que les médias audiovisuels agissent dans l'intérêt des spectateurs. Le rôle du Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA), composé de l'ensemble des 28 autorités nationales de l'audiovisuel, serait défini dans la législation de l'Union européenne. L'ERGA évaluerait les codes déontologiques en matière de corégulation et conseillerait la Commission européenne.

- Un renforcement du soutien à la création : à l'heure actuelle, les organismes de radiodiffusion télévisuelle européens investissent quelque 20 % de leurs recettes dans des contenus originaux alors que les fournisseurs de services à la demande y investissent moins de 1 %. C'est pourquoi, les fournisseurs de services à la demande seraient obligés de présenter au moins 20 % de contenus européens dans leurs catalogues et de les mettre en avant. En dérogation à la règle du pays d'origine, la proposition précise également que les États membres pourraient demander aux services à la demande disponibles sur leur territoire de contribuer financièrement à la production d'œuvres européennes.

- Une plus grande souplesse pour la publicité à la télévision : les téléspectateurs importunés par des spots publicitaires télévisés trop nombreux peuvent aujourd'hui se tourner vers des offres en ligne sans publicité qui n'existaient pas il y a dix ans. La proposition offre aux organismes de radiodiffusion une souplesse accrue quant à l'heure de diffusion des publicités. La limite générale de 20 % du temps d'antenne serait entendue entre 7 h et 23 h, contre une limite horaire de 20 % actuellement, permettant aux chaînes de télévision de choisir plus librement les moments de diffusion des publicités tout au long de la journée. Les organismes de radiodiffusion et les fournisseurs de services à la demande pourraient également profiter d'une plus grande souplesse pour recourir au placement de produit et au parrainage, tout en tenant les téléspectateurs informés. Enfin, la publicité serait autorisée toutes les 20 minutes dans les œuvres protégées et les programmes d'information.

3. Des avancées à soutenir

Cette proposition comporte d'importantes avancées et, à ce titre, elle mérite d'être accueillie favorablement. En effet, l'Union européenne reconnaît -enfin !- que les radiodiffuseurs traditionnels subissent une concurrence déloyale de la part d'acteurs, extra-européens pour la plupart, du fait d'obligations dont ils sont seuls l'objet. C'est le modèle européen qui en est conforté : une part de l'argent gagné par la diffusion de vidéos doit aller à la production européenne de programmes audiovisuels.

L'inscription, pour la première fois dans un texte européen, des plateformes de partage de vidéos montre qu'elles sont enfin considérées comme des acteurs du paysage audiovisuel européen à part entière et qu'elles doivent être réglementées comme les autres acteurs. Certes, cela aurait pu être fait plus tôt, mais mieux vaut tard que jamais. En outre, derrière les plateformes, ce sont aussi les réseaux sociaux, dont la place ne cesse de croître dans le secteur de la diffusion vidéo qui doivent être soumis aux mêmes obligations que les autres.

C'est pourquoi, une obligation pour les services de médias audiovisuels à la demande de disposer d'un quota d'œuvres européennes dans leur catalogue et de les mettre en avant est une mesure qui mérite d'être soutenue. Si l'on veut que la culture européenne vive au sein d'un système concurrentiel équitable, il

faut qu'elle soit proposée par l'ensemble des services de médias audiovisuels.

Au-delà, il apparaît aussi que l'approche retenue pour faire participer à la production audiovisuelle ces acteurs de l'internet qui se jouent des frontières, est pertinente. Fondé sur la règle du pays d'origine qui fait du cadre national le périmètre d'action, le droit de l'audiovisuel ne parvient pas à réguler en l'état des fournisseurs de services mondialisés. C'est pourquoi, sans renoncer à ce principe, la dérogation prévue par le texte visant à permettre aux États d'imposer à des acteurs économiques qui ciblent leur territoire et leur population de participer à la création audiovisuelle chez eux, est bienvenue.

La garantie qu'apporte la proposition à l'indépendance des régulateurs nationaux de l'audiovisuel mérite également d'être saluée. C'est une avancée démocratique. Les difficultés rencontrées récemment par les régulateurs dans certains États membres le montrent. De même, le renforcement du rôle de l'ERGA solidifie l'architecture du système institutionnel de l'audiovisuel dans l'Union européenne

Enfin, le travail mené au Parlement européen par les deux rapporteurs de la commission de la culture et de l'éducation, les députées allemandes Petra Kammerevert et Sabine Verheyen, constitue lui-aussi un apport non négligeable. C'est notamment le cas d'un socle commun de règles pour l'ensemble des acteurs qui est soutenu par ces rapporteurs et qui paraît plus cohérent que la proposition de la Commission européenne. En effet, il est préférable que tous les services de médias audiovisuels soient soumis à des règles équivalentes sur tous les aspects de cette législation, à la condition de tenir compte des particularités de chaque média, car on ne peut réglementer de la même façon les services linéaires et non linéaires.

À notre sens, ces règles communes doivent porter sur la lutte contre l'incitation à la violence ou à la haine, la lutte contre la discrimination, la protection des mineurs face aux contenus préjudiciables, les communications commerciales, le placement de produit et le parrainage, la protection des œuvres cinématographiques et la préservation de la chronologie des médias, les droits d'information des destinataires d'un service, la corégulation, l'autorégulation, les codes déontologiques. Elles doivent également protéger les citoyens européens des contenus faisant l'apologie du terrorisme.

Néanmoins, si la proposition de directive marque un pas important dans la bonne direction, elle ne va pas assez loin. En outre, certains aspects de la proposition méritent d'être rejetés, car ils affaiblissent notamment une conception européenne de la politique européenne de l'audiovisuel, dont l'objectif régulateur se veut aussi protecteur des publics les plus faibles.

4. Des points à améliorer

La dérogation au principe du pays d'origine est une exception salutaire. Cependant, la Commission limite son application à une obligation de financement de la production audiovisuelle du pays ciblé par le fournisseur de vidéos à la demande. Dans la mesure où c'est l'ensemble du service fourni qui vient concurrencer ce que proposent les fournisseurs établis dans ledit pays, il nous semble que c'est l'ensemble des obligations que doivent assumer ces derniers qui devraient être appliquées au prestataire établi à l'étranger. C'est le seul moyen de rétablir une concurrence loyale entre différents acteurs économiques fournissant un service équivalent.

Il en va de même pour ce qui est de la promotion des œuvres européennes dans les catalogues de services de vidéos à la demande. Les chaînes de télévision sont actuellement tenues de consacrer au moins 50 % de leur catalogue à des œuvres européennes. Pour rétablir une concurrence plus équilibrée, la Commission propose un quota de 20 % pour les services de vidéos à la demande. On est loin de l'équilibre ! C'est la raison pour laquelle nous proposons de porter ce quota à un niveau raisonnable de 40 %.

Par ailleurs, les radiodiffuseurs ont perdu une part de leurs recettes publicitaires au profit des acteurs de l'internet. Pour leur permettre de récupérer une partie de cette manne, la Commission européenne propose de leur donner plus de liberté en termes d'encadrement horaire des plages de publicité. Actuellement, les télévisions sont astreintes à ne pas dépasser 20 % de publicité par heure, soit douze minutes. Il leur est proposé un quota non plus horaire, mais quotidien, de 20 %, entendu de 7 h à 23 h. Certains créneaux de forte audience pourraient ainsi voir augmenter le temps consacré à la publicité. Cette souplesse peut avoir une certaine efficacité. En effet, l'offre de télévision est désormais suffisamment large pour cibler des publics différents à des horaires

différents. Ainsi, les heures de forte audience ne sont pas les mêmes selon l'âge et l'activité du téléspectateur. Toutefois, il nous semble que les plus jeunes doivent être l'objet d'une plus grande protection vis-à-vis de la publicité que les adultes. Or, on sait qu'ils sont souvent devant la télévision le matin. C'est pourquoi nous proposons de soutenir la souplesse proposée, mais de maintenir un quota horaire de 20 % entre 7 h et 10 h, afin que le temps de publicité n'augmente pas à cette heure sensible.

Enfin, en ce qui concerne l'indépendance des régulateurs nationaux de l'audiovisuel, il est essentiel que son principe soit reconnu par la législation européenne, comme nous l'avons déjà dit. Tout comme l'inscription de leur groupement européen (l'ERGA) dans le dialogue politique sur la régulation des médias en Europe est importante pour le bon fonctionnement de celle-ci. Toutefois, la régulation des médias reste essentiellement nationale et il nous semble que le dispositif envisagé s'éloigne de ce postulat. C'est pourquoi, nous proposons que les critères prévus pour rendre effective cette indépendance laissent une marge de manœuvre aux États membres, afin notamment de tenir compte de leur propre système. Il convient, en outre, de souligner que ces autorités doivent en particulier veiller à l'objectivité de l'information dans les médias audiovisuels. Par ailleurs, il nous semble que, dans le même esprit, l'institutionnalisation de l'ERGA nécessite une clarification du rôle que cet organe jouera dans le dispositif, notamment au regard des prérogatives du comité de contact rassemblant les représentants des États membres.

5. Des mesures contestables

Tout d'abord, l'article 7 de la directive « Services de médias audiovisuels » prévoit que les États membres encouragent les fournisseurs de services de médias à faciliter l'accès à leurs services aux personnes souffrant de déficience visuelle ou auditive. Au motif qu'une proposition plus générale sur l'accessibilité des personnes handicapées est en cours de discussion à Bruxelles, la Commission propose de supprimer cette disposition dite sectorielle dans la directive sur les médias audiovisuels. Cette proposition nous paraît néfaste. Tout d'abord, un certain nombre d'efforts ont été faits en la matière durant les dernières années, et notamment dans notre pays. Ensuite parce qu'il convient de tenir compte de la spécificité des services de médias audiovisuels. Enfin, parce que cette méthode ne nous paraît pas bonne et envoie un mauvais signal

aux personnes souffrant de handicap. Lorsque la directive « accessibilité » aura été adoptée, il sera temps de regarder comment la protection des handicapés est le mieux assurée concernant les services de médias audiovisuels. En outre, il nous semble aussi important de ne pas imposer des obligations auxquelles la technologie ne permet pas de répondre dans de bonnes conditions.

Par ailleurs, afin de permettre aux chaînes de télévision d'augmenter leurs ressources publicitaires, la Commission européenne propose deux mesures plus contestables. Tout d'abord, elle envisage de faciliter le parrainage et le placement de produit dans les programmes télévisuels. Cela ne nous paraît pas sain et serait susceptible d'entraîner des dérives préjudiciables. Deuxièmement, la Commission envisage d'autoriser une troisième page de publicités dans les programmes protégés comme les films, les téléfilms et les programmes d'information. Alors, qu'actuellement, la publicité est autorisée toutes les 30 minutes, elle le serait toutes les 20 minutes. Cette mesure semble nuisible et son efficacité douteuse : nuisible, parce qu'elle porte une atteinte supplémentaire à des œuvres originales ; inefficace, car une des raisons du succès des vidéos à la demande est justement d'échapper aux publicités au milieu des programmes. Pour ces raisons, nous sommes contre cette mesure.

Pour ces motifs, votre commission des Affaires européennes, lors de sa réunion du 3 novembre 2016, a conclu à l'unanimité au dépôt de la proposition de résolution qui suit :

PROPOSITION DE RÉSOLUTION EUROPÉENNE

- ① Le Sénat,
- ② Vu l'article 88-4 de la Constitution,
- ③ Vu la 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 »),
- ④ Vu la proposition de directive du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 2010/13/UE visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels, compte tenu de l'évolution des réalités du marché enregistrée à la Présidence du Sénat le 2 juin 2016 – COM(2016) 287 final,
- ⑤ Vu le projet de rapport du 15 septembre 2016 de la commission de la culture et de l'éducation du Parlement européen,
- ⑥ Se félicite de l'initiative de la Commission européenne visant à adapter le droit de l'Union européenne aux nouvelles technologies qui bouleversent ce secteur et aux nouvelles pratiques de consommation qui en découlent ;
- ⑦ Soutient l'approche générale de cette proposition qui vise à établir une concurrence équitable entre tous les acteurs de l'audiovisuel dans le respect de la protection des consommateurs, à encadrer juridiquement l'activité des plateformes de partage de vidéos et à assurer l'indépendance des régulateurs de l'audiovisuel ;
- ⑧ Rappelle que la directive « Services de médias audiovisuels » est une directive d'harmonisation minimale et qu'elle doit le rester

dans tous ses aspects et laisser la possibilité aux États membres d'aller plus loin s'ils le veulent ;

⑨ **Concernant l'extension du champ matériel de la directive :**

⑩ Se satisfait de voir intégrées dans le champ de la directive « Services de médias audiovisuels » les plateformes de partage de vidéos, les vidéos créées par un utilisateur et les vidéos de courte durée ;

⑪ Estime toutefois que la définition d'un service de plateforme de partage doit aussi viser les plateformes qui mettent à disposition des vidéos d'utilisateurs et pas seulement des plateformes qui les stockent ;

⑫ **Concernant un socle commun de règles pour les services de médias audiovisuels :**

⑬ Se félicite de voir étendues aux services de médias audiovisuels à la demande des obligations de promotion des œuvres européennes et de protection des mineurs ;

⑭ Regrette cependant que ces services ne fassent pas l'objet d'un encadrement juridique plus important ;

⑮ Accueille favorablement la proposition des rapporteurs du Parlement européen d'établir un socle de règles communes applicables aux services de médias audiovisuels, aux plateformes de partage de vidéos, ainsi qu'aux vidéos créées par les utilisateurs ;

⑯ Juge nécessaire que ces règles communes tiennent compte de la spécificité de chaque média ;

⑰ Estime que les règles communes doivent porter sur la lutte contre l'incitation à la violence ou à la haine, la lutte contre la discrimination, la protection des mineurs face aux contenus préjudiciables, les communications commerciales, le placement de produit et le parrainage, la protection des œuvres cinématographiques et la préservation de la chronologie des médias, les droits d'information des destinataires d'un service, la corégulation, l'autorégulation, les codes déontologiques ;

⑱ Suite aux sanglants attentats survenus en Europe et notamment à Paris, Nice et Saint-Étienne-du-Rouvray, demande que la

proposition vise expressément la nécessité de protéger les citoyens européens contre des contenus faisant l'apologie du terrorisme ;

⑲ **Concernant la promotion des œuvres européennes dans les catalogues des services de médias audiovisuels à la demande :**

⑳ Rappelle l'importance de favoriser la diversité culturelle en Europe et de soutenir la production, la distribution et la diffusion d'œuvres audiovisuelles européennes ;

㉑ Appuie l'approche retenue par la Commission européenne visant à imposer aux fournisseurs de services de médias audiovisuels à la demande des quotas d'œuvres européennes dans leur catalogue et à les mettre en avant ;

㉒ Relève cependant que le niveau retenu de 20 %, bien inférieur à celui prévu pour les radiodiffuseurs, ne permettra pas une concurrence équitable entre les services linéaires et non linéaires et qu'il convient de hausser cette ambition à hauteur de 40 % ;

㉓ **Concernant l'application de la règle du pays d'origine et la compétence des États membres :**

㉔ Appuie l'introduction d'une dérogation au principe du pays d'origine afin de favoriser les contributions financières à la production d'œuvres européennes des services de médias audiovisuels à la demande non présents sur le territoire d'un État membre mais qui ciblent celui-ci ;

㉕ Souligne la nécessité d'adopter un mécanisme permettant d'éviter une double taxation des opérateurs ;

㉖ Relève que cette dérogation seule ne peut suffire, d'une part, à rétablir une concurrence équitable sur le marché de chaque État membre, et, d'autre part, à assurer une protection efficace des consommateurs ;

㉗ Demande en conséquence que la dérogation envisagée s'applique également à la promotion des œuvres européennes telle que prévue à l'article 13 de la directive « Services de médias audiovisuels » ainsi qu'à la protection des mineurs prévue en son article 12 ;

㉘ Souhaite en outre que les États membres, quand ils sont ciblés par une plateforme de partage de vidéos non présente sur leur

territoire, puissent être associés à sa régulation dans l'État membre où elle est établie ;

②⑨ Constate par ailleurs que la détermination de l'État membre compétent en matière de contrôle des fournisseurs de services de médias audiovisuels extra-européens diffusés par satellite dans l'Union européenne repose actuellement sur un critère technique premier – la liaison montante vers un satellite – qui ne permet pas d'agir efficacement en cas de manquements ;

③⑩ Estime que le critère second visant la capacité satellitaire d'un État membre permet de déterminer plus rapidement l'État compétent et ainsi un contrôle plus effectif par les autorités de régulation nationales ;

③⑪ Demande en conséquence que le critère de la capacité satellitaire devienne le critère premier ;

③⑫ **Concernant les règles relatives aux communications commerciales :**

③⑬ Constate qu'aujourd'hui, les radiodiffuseurs voient leurs ressources publicitaires diminuer et qu'il convient de leur donner plus de souplesse pour augmenter ces ressources publicitaires ;

③⑭ Rappelle qu'il est nécessaire d'assurer des conditions de concurrence équitable entre tous les acteurs du secteur de l'audiovisuel sans affaiblir la protection des consommateurs ;

③⑮ En ce sens, soutient la proposition visant à remplacer la limite quantitative horaire de 20 % applicable à la publicité au profit d'une limitation quotidienne, soit entre 7h et 23h, de 20 % ;

③⑯ Estime toutefois que cette règle ne devrait pas s'appliquer entre 7h et 10h afin d'assurer une meilleure protection des enfants ;

③⑰ Demande par conséquent que soit maintenue une limite quantitative horaire de 20 % entre 7h et 10h ;

③⑱ S'oppose, en revanche, à un raccourcissement de la durée des tranches programmées sans publicité à la télévision, telles que prévues à l'article 20, paragraphe 2 ;

③⑲ Rejette l'autorisation du placement de produits dans l'ensemble des services de médias audiovisuels telle que proposée

par la Commission européenne et demande le maintien du régime actuel ;

④① Concernant l'accessibilité aux services de médias audiovisuels des personnes handicapées :

④① Estime indispensable de voir maintenues dans la directive « Services de médias audiovisuels » les règles relatives à l'accessibilité aux services de médias audiovisuels des personnes souffrant de déficience visuelle ou auditive et s'oppose à la suppression de l'article 7 de la directive « Services de médias audiovisuels » ;

④② Relève toutefois que les obligations concernant les services de médias audiovisuels à la demande doivent aller de pair avec les évolutions technologiques afin d'assurer un service de qualité irréprochable et d'éviter un coût trop important aux fournisseurs de vidéos à la demande ;

④③ Concernant l'indépendance des régulateurs nationaux de services de médias audiovisuels :

④④ Souligne l'importance pour chaque État membre de disposer d'autorités de régulation des médias audiovisuels dont l'indépendance est garantie et rappelle que ces autorités doivent en particulier veiller à l'objectivité de l'information ;

④⑤ Juge nécessaire que les critères énoncés dans la directive laissent une marge d'appréciation suffisante aux États membres ;

④⑥ Concernant l'institution d'un Groupe des régulateurs européens de services de médias audiovisuels :

④⑦ Salue l'institution du Groupe des régulateurs européens de services de médias audiovisuels par la proposition de directive ;

④⑧ Rappelle qu'à l'instar du régime applicable aux autorités nationales de régulation, ce groupe doit lui aussi voir son indépendance garantie et que, par conséquent, il doit adopter seul son règlement intérieur ;

④⑨ Souligne que l'institutionnalisation du Groupe des régulateurs européens de services de médias audiovisuels n'est pas sans incidence sur la répartition des attributions entre ce dernier et le

comité de contact prévu à l'article 29 de la directive et demande que soit clarifié le rôle de chacun en conséquence ;

- ⑤ Invite le Gouvernement à soutenir ces orientations et à les faire valoir dans les négociations en cours.