

Au terme de difficiles négociations entre la Commission, le Parlement et le Conseil des ministres, les Vingt-Sept ont adopté à l'unanimité, jeudi 24 mai, le nouveau cadre législatif applicable aux services audiovisuels européens. Ce texte, qui devrait être approuvé sans changement en seconde lecture par le Parlement, se substituera, à partir de 2009, à la directive Télévision sans frontières, dont les dispositions régissent depuis 1989 la diffusion des programmes audiovisuels en Europe :

La nouvelle directive, élaborée par les services de la commissaire Viviane Reding puis amendée par le Parlement et le Conseil, vise à adapter la législation européenne aux évolutions technologiques et économiques qui affectent l'industrie audiovisuelle. Mme Reding a souligné, devant les ministres européens de la culture réunis à Bruxelles, l'accroissement rapide des services à la demande. «C'est le devoir du législateur, a-t-elle ajouté, d'adapter les règles du jeu à des développements aussi profonds.»

Le compromis auquel sont parvenus les Vingt-Sept répond à un double objectif : assouplir certaines des contraintes auxquelles sont soumis, à l'échelon européen, les services traditionnels, dits «linéaires», notamment en matière de publicité, et fixer des règles minimales pour les services à la demande, dits «non linéaires». Il s'agit, pour ces deux types de services, d'établir un «équilibre» entre les demandes des opérateurs, qui souhaitent la plus grande liberté possible et la protection des consommateurs.

RENFORCER LES «PILIERS» :

Le ministre allemand de la culture, Bernd Neumann, dont le pays assure la présidence de l'Union, s'est réjoui que l'accord offre aux industriels de meilleures conditions de concurrence et une plus grande certitude juridique, tout en renforçant les «piliers» de la société démocratique : diversité culturelle, protection de la jeunesse, lutte contre le racisme. Mme Reding a salué «un grand jour pour l'Europe» qui, a-t-elle dit, «se donne les moyens d'avancer» dans le respect des valeurs européennes.

Le principe du pays d'origine, qui garantit la liberté de circulation des programmes en soumettant les opérateurs aux seules lois du pays où ils sont établis, et non à vingt-sept systèmes différents, est maintenu, mais un opérateur pourra être poursuivi s'il abuse de la liberté d'établissement pour «contourner» des règles nationales plus strictes. Cette question était, selon M. Neumann, «la partie la plus sensible» de la directive.

L'autre question la plus controversée concernait la publicité. Le texte conserve la limite de 12 minutes par heure, mais réduit de 45 à 30 minutes le délai minimal entre les pages publicitaires pour les films, téléfilms, émissions pour enfants et programmes d'information. Le placement de produit, c'est-à-dire la publicité indirecte en faveur d'une marque, sera autorisé (sauf dans les

émissions pour enfants et les programmes d'information) à condition que le spectateur en soit clairement prévenu. Toutefois chaque Etat restera libre de l'interdire.

Source : le Monde 260507