



**RADA  
UNII EUROPEJSKIEJ**

**Luksemburg, 15 października 2007 r. (17.10)  
(OR. en)**

**Międzyinstytucjonalny numer  
referencyjny:  
2005/0260 (COD)**

**10076/6/07  
REV 6**

**AUDIO 26  
TELECOM 77  
CONSOM 75  
PI 24  
CODEC 596**

**AKTY PRAWODAWCZE I INNE INSTRUMENTY**

Dotyczy: **WSPÓLNE STANOWISKO** przyjęte przez Radę w dniu 15 października 2007 r. w celu przyjęcia dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady zmieniającej dyrektywę Rady 89/552/EWG w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej

**DYREKTYWA 2007/.../WE PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY**

**z dnia**

**zmieniająca dyrektywę Rady 89/552/EWG  
w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych,  
wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich, dotyczących  
wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej**

**(Tekst mający znaczenie dla EOG)**

PARLAMENT EUROPEJSKI I RADA UNII EUROPEJSKIEJ,

uwzględniając Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską, w szczególności jego art. 47 ust. 2 i art. 55,

uwzględniając wniosek Komisji,

uwzględniając opinię Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego<sup>1</sup>,

uwzględniając opinię Komitetu Regionów<sup>2</sup>,

stanowiąc zgodnie z procedurą określoną w art. 251 Traktatu<sup>3</sup>,

---

<sup>1</sup> Dz.U. C 318 z 23.12.2006, str. 202.

<sup>2</sup> Dz.U. C 51 z 6.3.2007, str. 7.

<sup>3</sup> Opinia Parlamentu Europejskiego z dnia 13 grudnia 2006 r. (dotychczas nieopublikowana w Dzienniku Urzędowym), wspólne stanowisko Rady z dnia ... (dotychczas nieopublikowane w Dzienniku Urzędowym), stanowisko Parlamentu Europejskiego z dnia ... (dotychczas nieopublikowane w Dzienniku Urzędowym) oraz decyzja Rady z dnia ... .

a także mając na uwadze, co następuje:

- (1) Dyrektywa Rady 89/552/EWG<sup>1</sup> koordynuje niektóre ustawowe, wykonawcze i administracyjne przepisy państw członkowskich dotyczące wykonywania działalności transmisyjnej. Jednak nowe technologie transmitowania audiowizualnych usług medialnych sprawiają, że niezbędne staje się dostosowanie ram regulacyjnych tak, aby uwzględniały one wpływ zmian strukturalnych, rozpowszechnienia technologii informacyjno-komunikacyjnych ("ICT") i rozwoju technologicznego na sposoby prowadzenia działalności gospodarczej, a w szczególności na finansowanie transmisji komercyjnych, oraz tak, aby zapewniały optymalne warunki konkurencyjności i pewność prawną w europejskich sektorach: technologii informacyjnych i mediów i aby zapewniały poszanowanie różnorodności kulturowej i językowej.
- (2) Ustawowe, wykonawcze i administracyjne przepisy państw członkowskich dotyczące wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej są już koordynowane dyrektywą 89/552/EWG, natomiast przepisy mające zastosowanie do działalności takiej, jak świadczenie audiowizualnych usług medialnych na żądanie, zawierają rozbieżności, z których część może utrudniać swobodę przepływu tych usług we Wspólnocie Europejskiej i zakłócać konkurencję na rynku wewnętrznym.
- (3) Audiowizualne usługi medialne są usługami o charakterze zarówno kulturalnym, jak i gospodarczym. Ich rosnące znaczenie dla społeczeństw, demokracji – polegające w szczególności na zapewnianiu wolności informacji, różnorodności opinii i pluralizmu mediów – oraz dla edukacji i kultury uzasadnia stosowanie do tych usług zasad szczególnych.

---

<sup>1</sup> Dyrektywa Rady 89/552/EWG z dnia 3 października 1989 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej (Dz.U. L 298 z 17.10.1989, str. 23). Dyrektywa ostatnio zmieniona dyrektywą 97/36/WE (Dz.U. L 202 z 30.7.1997, str. 60).

- (4) Art. 151 ust. 4 Traktatu zobowiązuje Wspólnotę do uwzględniania aspektów kulturalnych w swoim działaniu prowadzonym na podstawie innych postanowień Traktatu, zwłaszcza w celu poszanowania i popierania różnorodności jej kultur.
- (5) W rezolucji z dnia 1 grudnia 2005 r.<sup>1</sup> i w rezolucji z dnia 4 kwietnia 2006 r.<sup>2</sup> w sprawie konferencji ministerialnej WTO i w sprawie rundy dauhańskiej, Parlament Europejski zaapelował o to, by podstawowe usługi publiczne, takie jak usługi audiowizualne, wyłączyć z procesu liberalizacji w ramach negocjacji GATS. W rezolucji z dnia 27 kwietnia 2006 r.<sup>3</sup> Parlament Europejski wyraził poparcie dla konwencji UNESCO w sprawie ochrony i promowania różnorodności form wyrazu kulturowego, która to konwencja głosi zwłaszcza, że „działania, dobra i usługi kulturalne mają znaczenie zarówno ekonomiczne, jak i kulturowe, ponieważ są nośnikami tożsamości, wartości oraz znaczeń, i w związku z tym nie powinny być traktowane jako mające wyłącznie wartość handlową”. Na mocy decyzji Rady z dnia 18 maja 2006 r. w sprawie zawarcia Konwencji w sprawie ochrony i promowania różnorodności form wyrazu kulturowego<sup>4</sup>, konwencja UNESCO została zatwierdzona w imieniu Wspólnoty. Konwencja weszła w życie w dniu 18 marca 2007 r. Niniejsza dyrektywa przestrzega zasad tej konwencji.

---

<sup>1</sup> Dz.U. C 285 E z 1.12.2006, str. 126.

<sup>2</sup> Dz.U. C 293 E z 2.12.2006, str. 155.

<sup>3</sup> Dz.U. C 296 E z 6.12.2006, str. 104.

<sup>4</sup> Dz.U. L 201 z 25.7.2006, str. 15.

- (6) Dzięki tradycyjnym audiowizualnym usługom medialnym – takim jak telewizja – oraz wchodzącym na rynek audiowizualnym usługom medialnym na żądanie we Wspólnocie istnieją znaczne możliwości zatrudnienia, szczególnie w małych i średnich przedsiębiorstwach; dzięki usługom tym pobudzone są także wzrost gospodarczy i inwestycje. W przypadku audiowizualnych usług medialnych duże znaczenie mają równa konkurencja i rzeczywisty europejski rynek, zatem należy przestrzegać podstawowych zasad rynku wewnętrznego, takich jak swobodna konkurencja i równe traktowanie, w celu zapewnienia przejrzystości i przewidywalności na rynku audiowizualnych usług medialnych oraz zmniejszenia przeszkód uniemożliwiających wchodzenie na ten rynek.
- (7) System uregulowań, któremu obecnie podlegają wchodzące na rynek audiowizualne usługi medialne na żądanie, nie pozwala na zachowanie pewności prawnej ani równej konkurencji europejskim przedsiębiorstwom świadczącym audiowizualne usługi medialne. W celu uniknięcia zakłóceń konkurencji, zwiększenia pewności prawnej, wsparcia dokończenia budowy rynku wewnętrznego oraz uproszczenia tworzenia jednolitej przestrzeni informacyjnej, konieczne jest zatem stosowanie do wszystkich audiowizualnych usług medialnych zarówno rozpowszechniania telewizyjnego (tzn. linearnych audiowizualnych usług medialnych), jak i audiowizualnych usług medialnych na żądanie (tzn. nielinearnych audiowizualnych usług medialnych), przepisów skoordynowanych co najmniej w stopniu podstawowym. Podstawowe zasady, na których opiera się dyrektywa 89/552/EWG, a mianowicie zasada kraju pochodzenia i wspólne standardy minimalne, okazały się użyteczne, a zatem powinny zostać zachowane.
- (8) W dniu 15 grudnia 2003 r. Komisja przyjęła komunikat w sprawie przyszłości europejskiej polityki regulacyjnej w dziedzinie audiowizualnej, w którym podkreśliła, że polityka regulacyjna w tym sektorze musi, obecnie i w przyszłości, zabezpieczać określone interesy publiczne, takie jak różnorodność kulturowa, prawo do informacji, pluralizm mediów, ochrona małoletnich i konsumentów oraz zwiększanie świadomości społecznej i umiejętności korzystania z mediów.

- (9) W rezolucji Rady i przedstawicieli rządów państw członkowskich zebranych w Radzie z dnia 25 stycznia 1999 r. dotyczącej mediów publicznych<sup>1</sup> potwierdzono, że wypełnianie przez media publiczne swojej misji wymaga stałego korzystania przez nie z postępu technicznego. Współistnienie prywatnych i publicznych dostawców audiowizualnych usług medialnych to cecha wyróżniająca europejski rynek mediów audiowizualnych.
- (10) Komisja przyjęła inicjatywę „i2010: europejskie społeczeństwo informacyjne” w celu wspierania wzrostu gospodarczego i zatrudnienia w sektorze społeczeństwa informacyjnego i w sektorze mediów. Jest to wszechstronna strategia mająca stymulować produkcję utworów europejskich, rozwój gospodarki cyfrowej oraz asymilację ICT – w kontekście konwergencji usług, sieci i urządzeń z dziedziny społeczeństwa informacyjnego i mediów – poprzez unowocześnianie i wykorzystywanie wszystkich instrumentów polityki UE: instrumentów regulacyjnych, badań oraz partnerstw z przedsiębiorstwami branżowymi. Komisja zobowiązała się do stworzenia spójnych ram rynku wewnętrznego dla usług społeczeństwa informacyjnego i usług medialnych w drodze uaktualnienia ram prawnych, którym podlegają usługi audiowizualne, przy czym pierwszym krokiem w tym kierunku był wniosek Komisji z 2005 r. dotyczący uaktualnienia dyrektywy o telewizji bez granic i przekształcenia jej w dyrektywę o audiowizualnych usługach medialnych. Cel przewidziany w inicjatywie i2010 zostanie zasadniczo osiągnięty, jeżeli umożliwi się przedsiębiorstwom rozwój w warunkach regulowanych jedynie w niezbędnym stopniu a rozpoczynającą działalność małym przedsiębiorstwom - które są bogactwem i pracodawcami przyszłości - pozwoli się na prosperowanie, wprowadzanie innowacji i tworzenie miejsc pracy na wolnym rynku.

---

<sup>1</sup> Dz.U. C 30 z 5.2.1999, str. 1.

- (11) W rezolucjach z 4 września 2003 r.<sup>1</sup>, 22 kwietnia 2004 r.<sup>2</sup> i 6 września 2005 r.<sup>3</sup> Parlament Europejski wezwał do dostosowania dyrektywy 89/552/EWG w celu odzwierciedlenia zmian strukturalnych i postępu technicznego przy jednoczesnym poszanowaniu podstawowych dla niej zasad, które pozostają aktualne. Ponadto zasadniczo poparł on ogólne podejście polegające na przyjęciu podstawowych przepisów dla wszystkich audiowizualnych usług medialnych i dodatkowych przepisów dla rozpowszechniania telewizyjnego.
- (12) Niniejsza dyrektywa przyczynia się do ściślejszego przestrzegania praw podstawowych i jest w pełni zgodna z zasadami uznanymi w Karcie praw podstawowych Unii Europejskiej<sup>4</sup>, w szczególności w jej art. 11. Niniejsza dyrektywa nie powinna zatem stanowić żadnej przeszkody w stosowaniu przez państwa członkowskie własnych norm konstytucyjnych odnoszących się do wolności prasy i wolności słowa w mediach.

---

<sup>1</sup> Rezolucja Parlamentu Europejskiego w sprawie telewizji bez granic (Dz.U. C 76 E z 25.3.2004, str. 453).

<sup>2</sup> Rezolucja Parlamentu Europejskiego w sprawie zagrożeń naruszenia w UE, a w szczególności we Włoszech, swobody wypowiedzi i prawa do informacji (art. 11 ust. 2 Karty praw podstawowych) (Dz.U. C 104 E z 30.4.2004, str. 1026).

<sup>3</sup> Rezolucja Parlamentu Europejskiego w sprawie stosowania w latach 2001–2002 art. 4 i 5 dyrektywy 89/552/EWG („Telewizja bez granic”), zmienionej dyrektywą 97/36/WE (Dz.U. C 193 E z 17.8.2006, str. 117).

<sup>4</sup> Dz.U. C 364 z 18.12.2000, str. 1.

- (13) Niniejsza dyrektywa nie powinna wpływać na zobowiązania państw członkowskich wynikające ze stosowania dyrektywy 98/34/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 22 czerwca 1998 r. ustanawiającej procedurę udzielania informacji w dziedzinie norm i przepisów technicznych oraz zasad dotyczących usług społeczeństwa informacyjnego<sup>1</sup>. W związku z tym projektowane środki krajowe, surowsze lub bardziej szczegółowe niż wymaga tego zwykła transpozycja niniejszej dyrektywy, mające zastosowanie do audiowizualnych usług medialnych na żądanie powinny podlegać obowiązkowi proceduralnym ustanowionym na mocy art. 8 dyrektywy 98/34/WE.
- (14) Dyrektywa 2002/21/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 7 marca 2002 r. w sprawie wspólnych ram regulacyjnych sieci i usług łączności elektronicznej (dyrektywa ramowa)<sup>2</sup> zgodnie z jej art. 1 ust. 3 nie narusza środków podejmowanych na poziomie wspólnotowym lub krajowym dla realizacji celów związanych z interesami ogólnymi, w szczególności związanych z unormowaniami dotyczącymi treści audycji i z polityką audiowizualną.
- (15) Żaden przepis niniejszej dyrektywy nie powinien zobowiązywać ani zachęcać państw członkowskich do wprowadzania nowych systemów koncesjonowania lub administracyjnego zatwierdzania jakiegokolwiek rodzaju audiowizualnych usług medialnych.

---

<sup>1</sup> Dz.U. L 204 z 21.7.1998, str. 37. Dyrektywa ostatnio zmieniona dyrektywą Rady 2006/96/WE (Dz.U. L 363 z 20.12.2006, str. 81).

<sup>2</sup> Dz.U. L 108 z 24.4.2002, str. 33.

- (16) Do celów niniejszej dyrektywy, definicja audiowizualnych usług medialnych powinna obejmować tylko audiowizualne usługi medialne - niezależnie od tego, czy jest to przekaz telewizyjny czy na żądanie - które są usługami masowego przekazu, to znaczy są przeznaczone do odbioru przez znaczną część ogółu odbiorców i mogłyby mieć na nią wyraźny wpływ. Jej zakres powinien być ograniczony do usług w rozumieniu Traktatu, a więc obejmować każdy rodzaj działalności gospodarczej, w tym działalność przedsiębiorstw świadczących usługi publiczne, lecz nie powinien obejmować działalności zasadniczo niekomercyjnej i niestanowiącej konkurencji dla rozpowszechniania telewizyjnego, takiej jak prywatne witryny internetowe oraz usługi polegające na dostarczaniu lub dystrybucji treści audiowizualnej wytworzonej przez prywatnych użytkowników w celu jej udostępnienia lub wymiany w ramach grup zainteresowań.
- (17) Cechą audiowizualnych usług medialnych na żądanie jest to, że przyjmują one formę quasi-telewizyjną, to znaczy są skierowane do tych samych odbiorców co przekazy telewizyjne, a ich charakter i sposób dostępu do nich dawałby użytkownikowi podstawy do oczekiwania ochrony regulacyjnej w ramach niniejszej dyrektywy. W związku z tym, aby uniknąć nierówności w zakresie swobody przepływu i w zakresie konkurencji, pojęcie „audycji” należy interpretować w sposób dynamiczny z uwzględnieniem postępu w dziedzinie rozpowszechniania telewizyjnego.

- (18) Do celów niniejszej dyrektywy, definicja audiowizualnych usług medialnych powinna obejmować środki masowego przekazu jako nośnik informacji, rozrywki i edukacji dla ogółu odbiorców, w tym powinna ona obejmować handlowy przekaz audiowizualny, ale nie powinna obejmować żadnych form prywatnej korespondencji, takich jak wiadomości poczty elektronicznej wysyłane do ograniczonej liczby odbiorców. Definicja ta nie powinna także obejmować żadnych usług, których celem głównym nie jest dostarczanie audycji, to znaczy usług, w przypadku których przekaz treści audiowizualnej nie jest celem głównym, ale jedynie częścią uboczną usługi. Przykładem są strony internetowe zawierające elementy audiowizualne o charakterze jedynie pomocniczym, takie jak animowane elementy graficzne, krótkie spoty reklamowe lub informacje związane z produktem lub usługą niebędącą usługą audiowizualną. Dlatego też z zakresu zastosowania niniejszej dyrektywy powinno wyłączyć się także gry losowe, w których stawką są pieniądze, w tym loterie, zakłady i inne rodzaje usług hazardowych, a także gry i wyszukiwarki internetowe, z zakresu tego nie powinno się jednak wyłączyć przekazów poświęconych hazardowi lub grom losowym.
- (19) Do celów niniejszej dyrektywy, definicja dostawcy usług medialnych nie powinna obejmować osób fizycznych ani prawnych dokonujących jedynie transmisji audycji, za które odpowiedzialność redakcyjną ponosi osoba trzecia.
- (20) Rozpowszechnianie telewizyjne obejmuje obecnie w szczególności telewizję analogową i cyfrową, transmisję strumieniową na żywo (*live streaming*), nadawanie w Internecie (*webcasting*) oraz sekwencyjne udostępnianie audycji (*near-video-on-demand*), gdy tymczasem na przykład usługa wideo na żądanie (*video-on-demand*) jest audiowizualną usługą medialną na żądanie. Zasadniczo wymogi niniejszej dyrektywy mające zastosowanie do rozpowszechniania telewizyjnego lub audycji telewizyjnych, które są udostępniane przez tego samego dostawcę usług medialnych także jako audiowizualne usługi medialne na żądanie, powinno się uważać za spełnione, jeżeli spełnione są wymogi mające zastosowanie do przekazu telewizyjnego, tzn. transmisji linearnej. Jeżeli jednak usługi różnego rodzaju udostępniane są równolegle, ale mają charakter wyraźnie odrębny, niniejsza dyrektywa powinna mieć zastosowanie do każdej z danych usług z osobna.

- (21) Zakres zastosowania niniejszej dyrektywy nie powinien obejmować elektronicznych wersji gazet i czasopism.
- (22) Do celów niniejszej dyrektywy określenie „audiowizualny” powinno odnosić się do ruchomych obrazów z dźwiękiem lub bez niego, a więc obejmować filmy nieme ale nie powinno obejmować transmisji dźwiękowej ani usług radiowych. Chociaż głównym celem audiowizualnej usługi medialnej jest dostarczanie audycji, to jednak definicja takiej usługi powinna obejmować także treść przekazywaną w formie tekstu towarzyszącego audycjom, np. wyświetlane listy dialogowe i elektroniczny przegląd audycji. Zakres zastosowania niniejszej dyrektywy nie powinien obejmować samodzielnych usług tekstowych, przy czym nie powinno to wpływać na swobodę państw członkowskich w zakresie regulowania takich usług na poziomie krajowym zgodnie z Traktatem.
- (23) Pojęcie odpowiedzialności redakcyjnej jest niezbędne do określenia roli dostawcy usług medialnych, a przez to do zdefiniowania audiowizualnych usług medialnych. Państwa członkowskie, przyjmując środki służące wdrożeniu niniejszej dyrektywy, mogą dokładniej określić poszczególne elementy definicji odpowiedzialności redakcyjnej, a zwłaszcza pojęcie „faktycznej kontroli”. Niniejsza dyrektywa powinna pozostawać bez uszczerbku dla przypadków wyłączenia odpowiedzialności ustanowionych w dyrektywie 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 8 czerwca 2000 r. w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego (dyrektywa o handlu elektronicznym)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Dz.U. L 178 z 17.7.2000, str. 1.

- (24) W przypadku rozpowszechniania telewizyjnego pojęcie równoczesnego odbioru powinno obejmować także odbiór prawie równoczesny ze względu na różnice w odstępach czasu pomiędzy przekazem a odbiorem, które zdarzają się z powodów technicznych właściwych dla procesu transmisji.
- (25) Wszystkie cechy audiowizualnej usługi medialnej określone w jej definicji i wskazane w motywach 16-23 powinny występować jednocześnie.
- (26) Oprócz definicji reklamy telewizyjnej i telesprzedaży do niniejszej dyrektywy powinno się wprowadzić szerszą definicję handlowego przekazu audiowizualnego, która jednak nie powinna obejmować emitowanych bezpłatnie ogłoszeń dotyczących usług publicznych ani akcji charytatywnych.
- (27) Zasada kraju pochodzenia powinna pozostać kluczowa dla niniejszej dyrektywy, gdyż jest koniecznym elementem budowy rynku wewnętrznego. Zasada ta powinna zatem być stosowana do wszystkich audiowizualnych usług medialnych w celu zapewnienia dostawcom usług medialnych pewności prawnej jako niezbędnej podstawy nowych sposobów prowadzenia działalności gospodarczej oraz dystrybucji takich usług. Jest ona również konieczna, aby zapewnić swobodny przepływ informacji i audycji audiowizualnych na rynku wewnętrznym.
- (28) W celu stworzenia silnego, konkurencyjnego i zintegrowanego europejskiego sektora audiowizualnego oraz zwiększenia pluralizmu mediów w całej Unii Europejskiej należy dostawcę audiowizualnych usług medialnych poddać jurysdykcji wyłącznie jednego państwa członkowskiego, a z pluralizmu informacji uczynić podstawową zasadę Unii Europejskiej.

- (29) Ze względu na postęp techniczny, zwłaszcza w przypadku cyfrowych audycji satelitarnych, kryteria pomocnicze powinny zostać zmodyfikowane w celu zapewnienia odpowiedniej regulacji i jej skutecznego wykonania oraz przyznania zainteresowanym stronom autentycznej kontroli nad treścią audiowizualnej usługi medialnej.
- (30) Ponieważ niniejsza dyrektywa dotyczy usług udostępnianych ogółowi odbiorców w Unii Europejskiej, powinna mieć zastosowanie tylko do audiowizualnych usług medialnych, które mogą być odbierane bezpośrednio lub pośrednio za pomocą standardowych urządzeń konsumenckich przez widzów w co najmniej jednym państwie członkowskim. Zdefiniowanie „standardowych urządzeń konsumenckich” należy pozostawić właściwym organom krajowym.
- (31) Art. 43–48 Traktatu ustanawiają prawo przedsiębiorczości jako prawo podstawowe. Dlatego dostawcy usług medialnych na ogół powinni mieć swobodę wyboru państw członkowskich, w których chcą umieścić swoją siedzibę. Również Trybunał Sprawiedliwości podkreślił, że „Traktat nie zakazuje przedsiębiorstwu korzystania ze swobody świadczenia usług, jeżeli nie oferuje ono usług w państwie członkowskim, w którym ma swoją siedzibę.”<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Sprawa C-56/96 VT4, pkt 22; sprawa C-212/97 Centros przeciwko Erhvervs-og Selskabsstyrelsen; patrz również: sprawa C-11/95 Komisja przeciwko Królestwu Belgii oraz sprawa C-14/96 Paul Denuit.

- (32) Państwa członkowskie powinny mieć możliwość stosowania do dostawców usług medialnych, którzy podlegają ich jurysdykcji, bardziej szczegółowych lub surowszych przepisów w dziedzinach, które podlegają koordynacji na mocy niniejszej dyrektywy i powinny przy tym zapewniać zgodność tych przepisów z podstawowymi zasadami prawa wspólnotowego. Właściwym rozwiązaniem w sytuacji, w której nadawca podlegający jurysdykcji jednego państwa członkowskiego kieruje przekaz telewizyjny w całości lub w przeważającej części na terytorium innego państwa członkowskiego, byłby wymóg współpracy państw członkowskich, a w sytuacji omijania przepisów także kodyfikacja orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości<sup>1</sup> w połączeniu ze skuteczniejszą procedurą; rozwiązanie to uwzględnia interesy państw członkowskich, nie stwarzając jednocześnie wątpliwości co do prawidłowego zastosowania zasady kraju pochodzenia. Pojęcie przepisów przyjętych w interesie publicznym zostało wypracowane przez Trybunał Sprawiedliwości w ramach orzecznictwa odnoszącego się do art. 43 i 49 Traktatu i obejmuje ono między innymi przepisy o ochronie konsumentów, małoletnich oraz o polityce kulturalnej. Państwo członkowskie występujące z wnioskiem o współpracę powinno zapewnić, aby szczególne przepisy krajowe były obiektywnie niezbędne, stosowane w sposób niedyskryminacyjny i proporcjonalne.
- (33) Oceniając, czy w konkretnym przypadku przekaz dostawcy usług medialnych mającego siedzibę w innym państwie członkowskim jest w całości lub w przeważającej części kierowany na jego terytorium, państwo członkowskie może się odwołać do takich kryteriów, jak: źródło dochodów z reklam telewizyjnych lub abonamentu, główny język danej usługi lub obecność audycji lub przekazów handlowych skierowanych bezpośrednio do widzów w państwie członkowskim, w którym są one odbierane.

---

<sup>1</sup> Sprawa C-212/97 Centros przeciwko Erhvervs-og Selskabsstyrelsen; sprawa C-33/74 Van Binsbergen przeciwko Bestuur van de Bedrijfsvereniging; sprawa C-23/93 TV 10 SA przeciwko Commissariaat voor de Media, pkt 21.

- (34) Niezależnie od stosowania zasady kraju pochodzenia, państwa członkowskie nadal mogą podejmować na mocy niniejszej dyrektywy działania, które ograniczają swobodę przepływu przekazów telewizyjnych, jednak z zastrzeżeniem spełnienia warunków i w ramach procedury ustanowionej w niniejszej dyrektywie. Jednak zgodnie z utrwalonym orzecznictwem Trybunału Sprawiedliwości, wszelkie ograniczenia swobody świadczenia usług, takie jak wszelkie odstępstwa od podstawowej zasady Traktatu, podlegają wykładni zawężającej<sup>1</sup>.
- (35) W odniesieniu do audiowizualnych usług medialnych na żądanie, ograniczenia swobody ich świadczenia powinny być dopuszczalne jedynie zgodnie z warunkami i procedurami identycznymi jak warunki i procedury przewidziane w art. 3 ust. 4, 5 i 6 dyrektywy 2000/31/WE.
- (36) W komunikacie skierowanym do Parlamentu Europejskiego i Rady o poprawie otoczenia regulacyjnego w dziedzinie wzrostu gospodarczego i zatrudnienia w Unii Europejskiej Komisja podkreśliła, że niezbędne jest dokładne zbadanie kwestii właściwego podejścia regulacyjnego do danego sektora i problemu, w szczególności w celu określenia, czy odpowiedniejsze byłoby dla nich prawodawstwo, czy też należy rozważyć alternatywne rozwiązania takie jak współregulacja lub samoregulacja. Ponadto doświadczenie pokazuje, że zarówno instrument współregulacji, jak i instrument samoregulacji stosowane zgodnie z różnymi tradycjami prawnymi państw członkowskich mogą odgrywać istotną rolę w zapewnieniu wysokiego poziomu ochrony konsumentów. Środki mające służyć osiągnięciu celów leżących w interesie publicznym w sektorze wchodzących na rynek audiowizualnych usług medialnych są skuteczniejsze, jeżeli są podejmowane przy czynnym poparciu ze strony samych usługodawców.

---

<sup>1</sup> Sprawa C-355/98 Komisja przeciwko Belgii [2000] zb.orz. str. I-1221, pkt 28; sprawa C-348/96 Calfa [1999] zb.orz. str. I-0011, pkt 23.

I tak: samoregulacja stanowi rodzaj dobrowolnej inicjatywy pozwalającej podmiotom gospodarczym, partnerom społecznym, organizacjom pozarządowym lub stowarzyszeniom przyjmować wspólne wytyczne, które będą obowiązywać ich wszystkich. Państwa członkowskie powinny, zgodnie ze swoimi odmiennymi tradycjami prawnymi, uznać rolę, jaką skuteczna samoregulacja może odegrać jako uzupełnienie obowiązujących mechanizmów prawodawczych i sądowych lub administracyjnych oraz jako użyteczny wkład w realizację celów niniejszej dyrektywy. Jednak samoregulacja, mimo że może być uzupełniającą metodą wdrażania niektórych przepisów niniejszej dyrektywy, nie powinna zastąpić obowiązków prawodawcy krajowego.

Współregulacja w swojej podstawowej formie stanowi ogniwo prawne pomiędzy samoregulacją a prawodawcą krajowym zgodnie z tradycjami prawnymi poszczególnych państw członkowskich. Współregulacja powinna dopuszczać możliwość interwencji państwa, w przypadku gdy jej cele nie zostają spełnione. Bez uszczerbku dla formalnych obowiązków państw członkowskich w zakresie transpozycji, niniejsza dyrektywa zachęca do korzystania z instrumentu współregulacji i instrumentu samoregulacji. Nie powinno to jednak nakładać na państwa członkowskie obowiązku ustanowienia systemu współregulacji lub samoregulacji ani nie narusza czy naraża na szwank inicjatyw wspól- i samoregulacyjnych już podjętych w państwach członkowskich i przynoszących pozytywne skutki.

- (37) Umiejętność korzystania z mediów odnosi się do sprawności, wiedzy i osądu, które pozwalają konsumentom skutecznie i bezpiecznie używać mediów. Osoby cechujące się umiejętnością korzystania z mediów potrafią dokonywać świadomych wyborów, zdają sobie sprawę z charakteru treści i usług, a także są w stanie korzystać z całego zakresu możliwości stwarzanych przez nowe technologie komunikacyjne. Umieją lepiej chronić siebie i swoją rodzinę przed materiałami szkodliwymi lub obraźliwymi. Dlatego należy upowszechniać umiejętność korzystania z mediów we wszystkich grupach społecznych i uważnie obserwować rozwój tych umiejętności.

Przykłady możliwych działań upowszechniających umiejętność korzystania z mediów, takich jak stałe kształcenie nauczycieli i szkoleniowców, specjalne szkolenia internetowe dla dzieci, począwszy od najmłodszych grup wiekowych, w tym zajęcia otwarte dla rodziców, oraz organizowanie krajowych kampanii społecznych z udziałem wszystkich mediów na temat tego, jak odpowiedzialnie korzystać z Internetu, zostały już przedstawione w zaleceniu Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 grudnia 2006 r. w sprawie ochrony małoletnich, godności ludzkiej oraz prawa do odpowiedzi w odniesieniu do konkurencyjności europejskiego przemysłu audiowizualnego oraz internetowych usług informacyjnych<sup>1</sup>.

- (38) Prawa do rozpowszechniania telewizyjnego wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców mogą być nabywane przez nadawców na zasadzie wyłączności. Istotne jest jednak, aby promować pluralizm dzięki różnorodności źródeł i oferty audycji informacyjnych w całej Unii Europejskiej oraz przestrzegać zasad uznanych w art. 11 Karty praw podstawowych Unii Europejskiej.
- (39) W celu zagwarantowania podstawowej wolności pozyskiwania informacji oraz zapewnienia pełnej i należytej ochrony interesów widzów w Unii Europejskiej, właściciele wyłącznych praw do rozpowszechniania telewizyjnego wydarzenia budzącego duże zainteresowanie odbiorców powinni – na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, z należyтым uwzględnieniem praw wyłącznych – udzielać pozostałym nadawcom prawa do wykorzystywania krótkich fragmentów tych wydarzeń na użytek ogólnych audycji informacyjnych. Zasady takie powinny zostać przedstawione z odpowiednim wyprzedzeniem, zanim nastąpi wydarzenie budzące duże zainteresowanie odbiorców, tak aby dać innym zainteresowanym podmiotom wystarczający czas na skorzystanie z takiego prawa. Nadawca powinien mieć możliwość skorzystania z tego prawa poprzez pośrednika reprezentującego go w konkretnych przypadkach. Takie krótkie fragmenty mogą być wykorzystywane przez wszystkie kanały, także specjalne kanały sportowe, do celów przekazu obejmującego obszar całej UE i powinny trwać nie dłużej niż 90 sekund.

---

<sup>1</sup> Dz.U. L 378 z 27.12.2006, str. 72.

Prawo dostępu do krótkich fragmentów wydarzeń powinno mieć zastosowanie na zasadzie transgranicznej jedynie wtedy, gdy jest to konieczne. Dlatego nadawca najpierw powinien ubiegać się o dostęp u nadawcy dysponującego prawami wyłącznymi do wydarzenia budzącego duże zainteresowanie odbiorców i mającego siedzibę w tym samym państwie członkowskim.

Pojęcie ogólnych audycji informacyjnych nie powinno obejmować audycji skompilowanych z takich krótkich fragmentów i służących celom rozrywkowym.

Zasada kraju pochodzenia powinna mieć zastosowanie zarówno do dostępu do krótkich fragmentów, jak i do ich transmisji. W przypadkach transgranicznych oznacza to, że różne przepisy prawa powinny być stosowane kolejno. Po pierwsze, do dostępu do krótkich fragmentów powinno mieć zastosowanie prawo państwa członkowskiego, w którym siedzibę ma nadawca oferujący sygnał pierwotny (tj. udzielający dostępu). Zwykle jest to państwo członkowskie, w którym odbywa się przedmiotowe wydarzenie. W przypadku gdy państwo członkowskie ustanowiło równoważny system udzielania dostępu do przedmiotowego wydarzenia, zastosowanie powinno mieć prawo tego państwa członkowskiego. Po drugie, do transmisji krótkich fragmentów, powinno mieć zastosowanie prawo państwa członkowskiego, w którym siedzibę ma nadawca transmitujący.

- (40) Wymogi niniejszej dyrektywy dotyczące dostępu do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców w celu przygotowania krótkich relacji informacyjnych powinny pozostawać bez uszczerbku dla dyrektywy 2001/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 22 maja 2001 r. w sprawie harmonizacji niektórych aspektów praw autorskich i pokrewnych w społeczeństwie informacyjnym<sup>1</sup> i właściwych konwencji międzynarodowych w dziedzinie ochrony praw autorskich i praw pokrewnych. Państwa członkowskie powinny ułatwiać dostęp do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców poprzez udzielenie dostępu do sygnału nadawcy w rozumieniu niniejszej dyrektywy. Mogą one jednak zdecydować o zastosowaniu innych, równoważnych sposobów w rozumieniu niniejszej dyrektywy. Sposoby takie obejmują między innymi udzielenie dostępu do miejsca tych wydarzeń przed udzieleniem dostępu do sygnału. Nie powinno to stanowić przeszkody w zawieraniu przez nadawców bardziej szczegółowych umów.
- (41) Należy zapewnić, by dostawcy usług medialnych, którzy wyemitowali na żywo telewizyjne audycje informacyjne, w dalszym ciągu mogli udostępniać je po transmisji na żywo w formie usługi na żądanie i by nie musieli dokonywać zmian w poszczególnych audycjach poprzez usuwanie krótkich fragmentów. Możliwość taka powinna być ograniczona do sytuacji, w której ten sam dostawca usług medialnych udostępnia identyczne audycje telewizyjne w formie usługi na żądanie, a więc nie można z tej możliwości korzystać, by tworzyć nowe rodzaje usług na żądanie oparte na krótkich fragmentach.
- (42) Audiowizualne usługi medialne na żądanie różnią się od usług przekazu telewizyjnego możliwościami wyboru i kontroli, jakie dają użytkownikowi, a także wpływem, jaki wywierają na społeczeństwo<sup>2</sup>. Uzasadnia to objęcie audiowizualnych usług medialnych na żądanie węższym zakresem regulacji, co oznacza, że powinny one pozostawać w zgodności jedynie z podstawowymi zasadami określonymi w niniejszej dyrektywie.

---

<sup>1</sup> Dz.U. L 167 z 22.6.2001, str. 10.

<sup>2</sup> Sprawa C-89/04, Mediakabel.

- (43) Z uwagi na szczególny charakter audiowizualnych usług medialnych, a zwłaszcza ich opiniotwórczy wpływ na ludzi, istotne jest, aby użytkownicy wiedzieli dokładnie, kto odpowiada za treść tych usług. Dlatego ważnym zadaniem państw członkowskich jest dopilnowanie, by użytkownicy mieli nieprzerwanie łatwy i bezpośredni dostęp do informacji na temat dostawcy usługi medialnej. Każde państwo członkowskie samo precyzuje, w jaki sposób można ten cel osiągnąć w praktyce bez uszczerbku dla jakichkolwiek innych właściwych przepisów prawa wspólnotowego.
- (44) Dostępność szkodliwych treści w audiowizualnych usługach medialnych nadal budzi niepokój prawodawców, przedsiębiorstw branżowych i rodziców. Pojawiają się również nowe problemy, związane zwłaszcza z nowymi platformami i nowymi produktami. Dlatego niezbędne jest wprowadzenie przepisów służących ochronie fizycznego, umysłowego i moralnego rozwoju małoletnich oraz ochronie godności ludzkiej we wszystkich audiowizualnych usługach medialnych, w tym także w handlowych przekazach audiowizualnych.
- (45) Należy zachować należytą równowagę między środkami podejmowanymi w celu ochrony fizycznego, umysłowego i moralnego rozwoju małoletnich i ochrony godności ludzkiej a podstawowym prawem do wolności słowa zawartym w Karcie praw podstawowych Unii Europejskiej. Celem tych działań, takich jak stosowanie osobistych numerów identyfikacyjnych (kodów PIN), systemów filtrowania lub oznaczania, powinno więc być zapewnienie odpowiedniego poziomu ochrony fizycznego, umysłowego i moralnego rozwoju małoletnich i ochrony godności ludzkiej, zwłaszcza w przypadku audiowizualnych usług medialnych na żądanie.

Na znaczenie systemów filtrowania i oznaczania treści zwrócono uwagę już w zaleceniu w sprawie ochrony małoletnich, godności ludzkiej oraz prawa do odpowiedzi, w którym zawarto kilkanaście możliwych rodzajów środków na rzecz małoletnich, takich jak systematyczne dostarczanie użytkownikom, którzy wykupują usługę u dostawcy, skutecznego, podlegającego aktualizacji i prostego w obsłudze systemu filtrowania lub wyposażanie w systemy automatycznego filtrowania usług przeznaczonych dla dzieci.

- (46) Do dostawców usług medialnych, którzy podlegają jurysdykcji państw członkowskich, powinien mieć w każdym przypadku zastosowanie zakaz rozpowszechniania pornografii dziecięcej zgodnie z przepisami decyzji ramowej Rady 2004/68/WSiSW z dnia 22 grudnia 2003 dotyczącej zwalczania seksualnego wykorzystywania dzieci i pornografii dziecięcej<sup>1</sup>.
- (47) Żaden z przepisów wprowadzonych niniejszą dyrektywą dotyczących ochrony fizycznego, umysłowego i moralnego rozwoju małoletnich i ochrony godności ludzkiej nie oznacza koniecznie, że realizacja środków podjętych w celu ochrony tych interesów powinna polegać na uprzedniej weryfikacji audiowizualnych usług medialnych przez organy publiczne.

---

<sup>1</sup> Dz.U. L 13 z 20.1.2004, str. 44.

- (48) Audiowizualne usługi medialne na żądanie mogą w przyszłości częściowo zastąpić rozpowszechnianie telewizyjne. W związku z tym należy w miarę możliwości wspierać produkcję i dystrybucję utworów europejskich, a przez to aktywnie przyczyniać się do promowania różnorodności kulturowej. Takie wsparcie dla utworów europejskich mogłoby polegać, przykładowo, na udziale finansowym takich usług w produkcji utworów europejskich i na zakupie praw do nich, zapewnianiu ich minimalnego udziału w katalogu usług wideo na żądanie lub prezentowaniu ich w sposób atrakcyjny w elektronicznym przeglądzie audycji. Ważne jest regularne weryfikowanie stosowania przepisów dotyczących wspierania utworów europejskich przy pomocy audiowizualnych usług medialnych. Również w sprawozdaniach, o których mowa w niniejszej dyrektywie, państwa członkowskie powinny uwzględnić przede wszystkim udział finansowy takich usług w produkcji i zakupie praw do utworów europejskich, udział utworów europejskich w katalogach audiowizualnych usług medialnych oraz faktyczne korzystanie z utworów europejskich oferowanych w ramach tych usług.
- (49) Definiując pojęcie „producenta niezależnego od nadawcy”, o którym mowa w art. 5 dyrektywy 89/552/EWG, państwa członkowskie powinny we właściwy sposób uwzględnić przede wszystkim takie kryteria, jak: kto jest właścicielem firmy producenckiej, ile audycji dostarczanych jest temu samemu nadawcy oraz kto posiada prawa do wtórnego wykorzystania audycji (*secondary rights*).
- (50) Wdrażając przepisy art. 4 dyrektywy 89/552/EWG, państwa członkowskie powinny zachęcać nadawców do przyznania należytego udziału w ofercie programowej koprodukcjom europejskim i europejskim utworom pochodzenia nieeuropejskiego.
- (51) Ważne jest zapewnienie, aby utwory kinematograficzne były emitowane w okresach uzgodnionych pomiędzy posiadaczami praw a dostawcami usług medialnych.

- (52) Dostępność audiowizualnych usług medialnych na żądanie daje konsumentom większe możliwości wyboru. Szczegółowe przepisy dotyczące handlowego przekazu audiowizualnego w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie nie wydają się więc ani uzasadnione, ani sensowne z technicznego punktu widzenia. Niemniej jednak we wszystkich handlowych przekazach audiowizualnych należy przestrzegać nie tylko zasad oznaczania, lecz także podstawowych przepisów jakościowych, tak aby uznane cele polityki publicznej zostały osiągnięte.
- (53) Prawo do odpowiedzi jest właściwym środkiem prawnym w przypadku rozpowszechniania telewizyjnego i może być także stosowane wobec usług elektronicznych. Zalecenie w sprawie ochrony małoletnich, godności ludzkiej oraz prawa do odpowiedzi zawiera odpowiednie wskazówki dotyczące wprowadzania do prawa krajowego lub realizacji w praktyce krajowej środków, tak aby zapewnić dostateczne prawo do odpowiedzi lub równoważne środki prawne w odniesieniu do mediów elektronicznych.
- (54) Jak stwierdziła Komisja w komunikacie wyjaśniającym poświęconym niektórym aspektom przepisów o reklamie zawartych w dyrektywie o telewizji bez granic<sup>1</sup>, rozwój nowych technik reklamy i innowacje marketingowe stworzyły nowe skuteczne możliwości zamieszczania audiowizualnych przekazów handlowych w ramach tradycyjnych usług rozpowszechniania, dzięki czemu przekazy te mogą w tych samych warunkach lepiej konkurować z innowacyjnymi usługami na żądanie.

---

<sup>1</sup> Dz.U. C 102 z 28.4.2004, str. 2.

- (55) Rozwój gospodarczy i techniczny daje użytkownikom coraz większy wybór w korzystaniu przez nich z audiowizualnych usług medialnych, a także nakłada na nich większą odpowiedzialność. Aby regulacja pozostała proporcjonalna do celów leżących w interesie publicznym, powinna ona dopuszczać pewien stopień elastyczności w odniesieniu do rozpowszechniania telewizyjnego. Zasada oddzielenia powinna być ograniczona do reklamy telewizyjnej i telesprzedaży, lokowanie produktu powinno być dozwolone pod określonymi warunkami, chyba że państwo członkowskie postanowi inaczej, a niektóre ograniczenia ilościowe powinny zostać zniesione. Lokowanie produktu mające charakter ukryty powinno jednak być zakazane. Zasada oddzielenia nie powinna stanowić przeszkody w korzystaniu z nowych technik reklamy.

(56) Oprócz praktyk objętych niniejszą dyrektywą, dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym<sup>1</sup> ma zastosowanie do nieuczciwych praktyk handlowych, takich jak praktyki wprowadzające w błąd i praktyki agresywne, występujące w audiowizualnych usługach medialnych. Ponadto ponieważ dyrektywa 2003/33/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 26 maja 2003 r. w sprawie zbliżenia przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich, odnoszących się do reklamy i sponsorowania wyrobów tytoniowych<sup>2</sup>, która zakazuje reklamy papierosów i innych produktów tytoniowych oraz sponsorowania ich prezentacji w mediach drukowanych, usługach społeczeństwa informacyjnego i audycjach radiowych, obowiązuje bez uszczerbku dla dyrektywy 89/552/EWG, w związku ze specyficznym charakterem audiowizualnych usług medialnych, po wejściu w życie niniejszej dyrektywy związek pomiędzy dyrektywą 2003/33/WE i dyrektywą 89/552/EWG powinien pozostać niezmienny. Art. 88 ust. 1 dyrektywy 2001/83/WE z dnia 6 listopada 2001 r. w sprawie wspólnotowego kodeksu odnoszącego się do produktów leczniczych stosowanych u ludzi<sup>3</sup>, który zakazuje reklamy określonych produktów medycznych adresowanej do ogółu społeczeństwa, stosuje się zgodnie z ust. 5 tego artykułu bez uszczerbku dla art. 14 dyrektywy 89/552/EWG. Po wejściu w życie niniejszej dyrektywy związek pomiędzy dyrektywą 2001/83/WE a dyrektywą 89/552/EWG powinien pozostać niezmienny. Ponadto niniejsza dyrektywa powinna pozostawać bez uszczerbku dla rozporządzenia (WE) nr 1924/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 grudnia 2006 r. w sprawie oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych dotyczących żywności<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Dz.U. L 149 z 11.6.2005, str. 22.

<sup>2</sup> Dz.U. L 152 z 20.6.2003, str. 16.

<sup>3</sup> Dz.U. L 311 z 28.11.2001, str. 67. Dyrektywa ostatnio zmieniona rozporządzeniem (WE) nr 1901/2006 (Dz.U. L 378 z 27.12.2006, str. 1).

<sup>4</sup> Dz.U. L 404 z 30.12.2006, str. 9. Wersja sprostowana opublikowana w Dz.U. L 12 z 18.1.2007, str. 3.

- (57) Biorąc pod uwagę większą możliwość unikania reklamy przez widzów dzięki stosowaniu nowych technologii, takich jak magnetowidy cyfrowe, oraz dzięki większemu wyborowi kanałów, szczegółowe uregulowania odnoszące się do zamieszczania spotów reklamowych mające na celu ochronę widzów przestają mieć uzasadnienie. Niniejsza dyrektywa nie powinna zwiększać dopuszczalnego limitu reklam emitowanych w ciągu godziny, ale powinna pozwalać nadawcom na większą elastyczność w ich zamieszczaniu, o ile nie narusza to nadmiernie integralności audycji.
- (58) Niniejsza dyrektywa ma na celu zachowanie specyficznego charakteru telewizji w Europie, w której reklama najchętniej umieszczana jest pomiędzy audycjami, i dlatego ogranicza możliwość przerywania nią utworów kinematograficznych i filmów wyprodukowanych dla telewizji oraz audycji niektórych innych kategorii nadal wymagających specjalnej ochrony.
- (59) Poprzednio obowiązujący dzienny limit reklamy telewizyjnej był w dużej mierze ograniczeniem teoretycznym. Ważniejszy jest limit godzinowy, ponieważ obowiązuje również w porach największej oglądalności. Dlatego należy znieść limit dzienny, a utrzymać godzinowy limit reklamy telewizyjnej i spotów telesprzedażowych. Ponieważ konsumenci mają większe możliwości wyboru ograniczenia ilościowego czasu, którym mogą dysponować kanały telesprzedażowe lub reklamowe, wydają się nie mieć już uzasadnienia. Jednak limit spotów reklamy telewizyjnej i spotów telesprzedażowych wynoszący 20% godziny zegarowej pozostaje w mocy. Pojęcie telewizyjnego spotu reklamowego należy rozumieć jako reklamę telewizyjną w znaczeniu art. 1 lit. i) dyrektywy 89/552/EWG zmienionej niniejszą dyrektywą, trwającą nie dłużej niż 12 minut.

- (60) Niniejsza dyrektywa zakazuje ukrytego handlowego przekazu audiowizualnego, ponieważ ma on negatywny wpływ na konsumentów. Zakaz ukrytego handlowego przekazu audiowizualnego nie powinien dotyczyć przypadków, gdy lokowanie produktu jest dozwolone prawnie w ramach niniejszej dyrektywy – kiedy to widz został odpowiednio poinformowany o zastosowaniu lokowania produktu. Poinformowanie takie może mieć formę zasygnalizowania faktu, że w audycji stosuje się lokowanie produktu, na przykład za pomocą neutralnego symbolu graficznego.
- (61) Lokowanie produktu jest zabiegiem obserwowanym w utworach kinematograficznych i utworach audiowizualnych produkowanych dla telewizji, lecz państwa członkowskie różnie regulują jego stosowanie. W celu zapewnienia równej konkurencji, a przez to zwiększenia konkurencyjności europejskiego sektora mediów, konieczne jest przyjęcie przepisów dotyczących lokowania produktu. Definicja lokowania produktu wprowadzona niniejszą dyrektywą powinna obejmować dowolną formę handlowego przekazu audiowizualnego polegającą na tym, że w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie w audycji przedstawia się produkt, usługę lub ich znak towarowy lub nawiązuje się do nich tak, iż stanowią one element samej audycji. Bezpłatne dostarczanie towarów lub usług, takich jak rekwizyty lub nagrody, należy traktować jako lokowanie produktu jedynie wtedy, gdy dane towary lub usługi mają znaczną wartość. Lokowanie produktu powinno podlegać takim samym przepisom i ograniczeniom jakościowym jak handlowy przekaz audiowizualny. Decydującym kryterium, które pozwala rozróżnić sponsorowanie prezentacji produktu i jego lokowanie, jest to, że w przypadku lokowania produktu odwołanie do danego produktu zostaje wbudowane w akcję audycji, i dlatego w definicji zamieszczonej w art. 1 lit. m) dyrektywy 89/552/EWG zmienionej niniejszą dyrektywą użyto słów „stanowią one element samej audycji”. Natomiast informacje sponsorowane mogą się pojawić w trakcie trwania audycji, ale nie stanowią one elementu jego akcji.

- (62) Lokowanie produktu powinno co do zasady być zakazane. Jednak w przypadku niektórych gatunków audycji właściwe jest dopuszczenie odstępstw wymienionych w wykazie wyjątków. Państwo członkowskie powinno mieć możliwość całkowitego lub częściowego niestosowania tych odstępstw, przykładowo poprzez dopuszczenie lokowania produktu jedynie w audycjach, które nie zostały wyprodukowane wyłącznie w tym państwie członkowskim.
- (63) Ponadto powinno zakazać się sponsorowania prezentacji produktu i jego lokowania w przypadkach gdy zabiegi te wpływają na treść audycji w sposób naruszający odpowiedzialność i niezależność redakcyjną dostawcy usług medialnych. Ma to miejsce w przypadku lokowania tematycznego.
- (64) Prawo osób niepełnosprawnych i osób starszych do integracji i uczestnictwa w życiu społecznym i kulturalnym Wspólnoty jest nierozłącznie związane ze świadczeniem dostępnych audiowizualnych usług medialnych. Środki pozwalające na osiągnięcie dostępności powinny obejmować między innymi: język migowy, wyświetlane listy dialogowe, dźwiękowa ścieżka narracyjna oraz prosta w obsłudze nawigacja.
- (65) Zgodnie z obowiązkami nałożonymi na państwa członkowskie przez Traktat, są one odpowiedzialne za wdrożenie i skuteczne stosowanie niniejszej dyrektywy. Mogą one dowolnie wybierać odpowiednie do tego celu instrumenty zgodnie ze swoimi tradycjami prawnymi i posiadanymi strukturami, a w szczególności zgodnie z charakterem ich niezależnych organów regulacyjnych, tak by móc wykonać swoje zadanie wdrożenia niniejszej dyrektywy w sposób bezstronny i przejrzysty. Ściśle biorąc, instrumenty wybrane przez państwa członkowskie powinny przyczyniać się do upowszechniania pluralizmu mediów.

- (66) Niezbędna jest ścisła współpraca pomiędzy właściwymi organami regulacyjnymi państw członkowskich a Komisją w celu zapewnienia prawidłowego stosowania niniejszej dyrektywy. Równie ważna jest ścisła współpraca pomiędzy państwami członkowskimi oraz pomiędzy ich organami regulacyjnymi szczególnie z uwagi na wpływ, jaki nadawcy mający siedzibę w jednym państwie członkowskim mogą mieć na inne państwo członkowskie. W przypadku gdy prawo krajowe przewiduje udzielanie koncesji i jeżeli sprawa dotyczy więcej niż jednego państwa członkowskiego, wskazane jest, by przed przyznaniem takiej koncesji właściwe organy nawiązały kontakt. Współpraca ta powinna obejmować wszystkie dziedziny, które podlegają koordynacji na mocy dyrektywy 89/552/EWG zmienionej niniejszą dyrektywą, w szczególności jej art. 2, 2a i 3.
- (67) W związku z tym, że cele niniejszej dyrektywy, mianowicie stworzenie obszaru bez granic wewnętrznych na użytek audiowizualnych usług medialnych, przy jednoczesnym zapewnieniu wysokiego poziomu ochrony celów będących przedmiotem interesu ogólnego, w szczególności ochrony małoletnich i godności ludzkiej, jak również upowszechniania praw osób niepełnosprawnych, nie mogą być osiągnięte w wystarczający sposób przez państwa członkowskie, a ze względu na rozmiary i skutki niniejszej dyrektywy, mogą być osiągnięte w lepszy sposób na poziomie Wspólnoty, Wspólnota może przyjąć środki, zgodnie z zasadą subsydiarności określoną w art. 5 Traktatu. Zgodnie z zasadą proporcjonalności określoną w tym artykule, niniejsza dyrektywa nie wykracza poza to, co jest niezbędne do osiągnięcia tych celów.
- (68) Zgodnie z pkt 34 Porozumienia międzyinstytucjonalnego w sprawie lepszego stanowienia prawa<sup>1</sup> zachęca się państwa członkowskie do sporządzania, dla ich własnych celów i w interesie Wspólnoty, własnych tabel, które w możliwie najszerszym zakresie odzwierciedlają korelacje pomiędzy niniejszą dyrektywą a środkami transpozycji, oraz do podawania ich do wiadomości publicznej,

PRZYJMUJĄ NINIEJSZĄ DYREKTYWĘ:

---

<sup>1</sup> Dz.U. C 321 z 31.12.2003, str. 1.

## *Artykuł 1*

W dyrektywie 89/552/WEG wprowadza się następujące zmiany:

1) Tytuł otrzymuje brzmienie:

„Dyrektywa 89/552/EWG Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 3 października 1989 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych)”.

2) Art. 1 otrzymuje brzmienie:

„Artykuł 1

Do celów niniejszej dyrektywy:

a) „audiowizualna usługa medialna” oznacza:

- usługę w rozumieniu art. 49 i 50 Traktatu, za którą odpowiedzialność redakcyjną ponosi dostawca usług medialnych i której podstawowym celem jest dostarczanie ogółowi odbiorców – poprzez sieci łączności elektronicznej w rozumieniu art. 2 lit. a) dyrektywy 2002/21/WE – audycji w celach informacyjnych, rozrywkowych lub edukacyjnych. Taka audiowizualna usługa medialna jest przekazem telewizyjnym w rozumieniu lit. e) niniejszego artykułu albo audiowizualną usługą medialną na żądanie w rozumieniu lit. g) niniejszego artykułu;

lub

- handlowy przekaz audiowizualny;
- b) „audycja” oznacza ciąg ruchomych obrazów z dźwiękiem lub bez niego, stanowiący odrębną całość w układzie lub katalogu audycji przygotowanym przez dostawcę usług medialnych i mający formę i treść porównywalną z formą i treścią rozpowszechniania telewizyjnego. Przykładami audycji są: filmy pełnometrażowe, transmisje wydarzeń sportowych, seriale komediowe, filmy dokumentalne, audycje dla dzieci oraz filmy i seriale telewizyjne;
- c) „odpowiedzialność redakcyjna” oznacza sprawowanie faktycznej kontroli zarówno nad wyborem audycji, jak i nad sposobem ich zestawienia w chronologicznym układzie w przypadku przekazów telewizyjnych lub w katalogu w przypadku audiowizualnych usług medialnych na żądanie. Odpowiedzialność redakcyjna nie musi oznaczać odpowiedzialności prawnej na podstawie prawa krajowego za dostarczaną treść lub świadczone usługi;
- d) „dostawca usług medialnych” oznacza osobę fizyczną lub prawną, która ponosi odpowiedzialność redakcyjną za wybór audiowizualnej treści audiowizualnej usługi medialnej i decyduje o sposobie zestawienia tej treści;
- e) „rozpowszechnianie telewizyjne” lub „przekaz telewizyjny” (tzn. linearna audiowizualna usługa medialna) oznacza audiowizualną usługę medialną świadczoną przez dostawcę usług medialnych, umożliwiającą równoczesny odbiór audycji na podstawie układu audycji;
- f) „nadawca” oznacza dostawcę usług medialnych mających formę przekazów telewizyjnych;

- g) „audiowizualna usługa medialna na żądanie” (tzn. nieliniarna audiowizualna usługa medialna) oznacza audiowizualną usługę medialną świadczoną przez dostawcę usług medialnych, umożliwiającą użytkownikowi odbiór audycji w wybranym przez niego momencie i na jego życzenie w oparciu o katalog audycji przygotowany przez dostawcę usług medialnych;
- h) „handlowy przekaz audiowizualny” oznacza obrazy z dźwiękiem lub bez niego, które mają służyć bezpośredniemu lub pośredniemu promowaniu towarów, usług lub wizerunku osoby fizycznej lub prawnej prowadzącej działalność gospodarczą. Obrazy te towarzyszą audycji lub zostają w niej umieszczone w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie lub w celach autopromocji. Formy handlowego przekazu audiowizualnego obejmują między innymi: reklamę telewizyjną, sponsorowanie, telesprzedaż i lokowanie produktu.
- i) „reklama telewizyjna” oznacza wszelkiego rodzaju ogłoszenia związane z działalnością handlową, gospodarczą, rzemieślniczą lub działalnością w ramach wolnego zawodu rozpowszechniane przez przedsiębiorstwo publiczne lub prywatne lub osobę fizyczną w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie lub rozpowszechniane przez to przedsiębiorstwo lub tę osobę fizyczną w celach autopromocji w celu promocji odpłatnego dostarczania towarów lub świadczenia usług, w tym nieruchomości, praw i zobowiązań;
- j) „ukryty handlowy przekaz audiowizualny” oznacza prezentowanie w audycjach – za pomocą słów lub obrazów – towarów, usług, firmy, znaku towarowego lub działalności producenta towarów lub usługodawcy, jeżeli prezentacja ta w zamierzeniu dostawcy usług medialnych ma służyć za reklamę i może wprowadzać odbiorców w błąd co do swojego charakteru. Uznaje się, że prezentacja jest zamierzona w szczególności, jeżeli jest dokonywana w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie;

- k) „sponsorowanie” oznacza wszelkiego rodzaju udział, jaki publiczne lub prywatne przedsiębiorstwo lub osoba fizyczna, nieświadczący audiowizualnych usług medialnych ani nieprodukujący utworów audiowizualnych, miały w sfinansowaniu audiowizualnych usług medialnych lub audycji w celu promowania swojej firmy, swojego znaku towarowego, swojego wizerunku, swojej działalności lub swoich wyrobów;
- l) „telesprzedaż” oznaczają przekaz ofert kierowanych bezpośrednio do odbiorców z zamiarem odpłatnego dostarczenia towarów lub świadczenia usług, w tym nieruchomości, praw i zobowiązań;
- m) „lokowanie produktu” oznacza wszelkie formy handlowego przekazu audiowizualnego polegającego na przedstawieniu lub nawiązaniu do produktu, usługi lub ich znaku towarowego w taki sposób, że stanowią one element samej audycji, w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie;
- n)
- (i) „utwory europejskie” oznaczają:
- utwory pochodzące z państw członkowskich,
  - utwory, które pochodzą z europejskich państw trzecich będących stronami Europejskiej konwencji Rady Europy o telewizji ponadgranicznej i które spełniają warunki określone w ppkt (ii),
  - utwory powstałe w koprodukcji w ramach umów dotyczących sektora audiowizualnego zawartych pomiędzy Wspólnotą a państwami trzecimi i spełniające warunki określone w tych umowach.

Zastosowanie przepisów tiret drugiego i trzeciego zależy od tego, czy w danych państwach trzecich utwory pochodzące z państw członkowskich nie są objęte środkami dyskryminacyjnymi;

- (ii) Utwory, o których mowa w ppkt (i) tiret pierwsze i drugie, są utworami wykonanymi głównie przez autorów i pracowników zamieszkałych przynajmniej w jednym z państw, o których mowa w ppkt (i) tiret pierwsze i drugie, pod warunkiem że spełniają jeden z następujących trzech warunków:
- są wykonane przez co najmniej jednego producenta mającego siedzibę w co najmniej jednym z tych państw, lub
  - są produkowane pod nadzorem i faktyczną kontrolą co najmniej jednego producenta mającego siedzibę w co najmniej jednym z tych państw, lub
  - udział współproducentów z tych państw w łącznych kosztach koprodukcji jest większościowy, a koprodukcja nie jest kontrolowana przez żadnego producenta mającego siedzibę poza tymi państwami.
- (iii) Utwory niebędące utworami europejskimi w rozumieniu ppkt (i), ale powstałe w ramach dwustronnych umów o koprodukcji zawartych między państwami członkowskimi a państwami trzecimi uważane są za utwory europejskie, pod warunkiem że współproducenci ze Wspólnoty mają większościowy udział w łącznych kosztach produkcji i że produkcja ta nie jest kontrolowana przez żadnego producenta mającego siedzibę poza terytorium państw członkowskich.”;

3) Art. 2 otrzymuje brzmienie:

*„Artykuł 2*

- 1 Każde państwo członkowskie zapewnia, by wszystkie audiowizualne usługi medialne świadczone przez dostawców usług medialnych podlegających jego jurysdykcji pozostawały w zgodzie z zasadami systemu prawa, które mają zastosowanie do audiowizualnych usług medialnych przeznaczonych do odbioru w tym państwie członkowskim.
2. Do celów niniejszej dyrektywy dostawcami usług medialnych podlegającymi jurysdykcji państwa członkowskiego są dostawcy:
  - a) mający siedzibę w danym państwie członkowskim, zgodnie z ust. 3, lub
  - b) podlegający przepisom ust. 4.
3. Do celów niniejszej dyrektywy w następujących przypadkach uznaje się, że dostawca usług medialnych ma siedzibę w jednym z państw członkowskich:
  - a) w tym państwie członkowskim znajduje się główne biuro dostawcy usług medialnych i podejmowane są decyzje redakcyjne dotyczące audiowizualnej usługi medialnej;

- b) jeżeli główne biuro dostawcy usług medialnych znajduje się w jednym państwie członkowskim, ale decyzje redakcyjne dotyczące audiowizualnej usługi medialnej są podejmowane w innym państwie członkowskim, uznaje się, że dostawca usług medialnych ma siedzibę w tym państwie członkowskim, w którym działa znaczna część pracowników zaangażowanych w świadczenie audiowizualnej usługi medialnej. Jeżeli znaczna część pracowników zaangażowanych w świadczenie audiowizualnej usługi medialnej działa w obu z tych państw członkowskich, uznaje się, że dostawca usług medialnych ma siedzibę w tym państwie członkowskim, w którym znajduje się jego główne biuro. Jeżeli w żadnym z tych państw członkowskich nie działa znaczna część pracowników zaangażowanych w świadczenie audiowizualnej usługi medialnej, uznaje się, że dostawca usług medialnych ma siedzibę w tym państwie członkowskim, w którym pierwotnie rozpoczął swoją działalność zgodnie z prawem tego państwa członkowskiego, pod warunkiem że jego związek z gospodarką tego państwa członkowskiego jest faktyczny i trwały;
  - c) jeżeli główne biuro dostawcy usług medialnych znajduje się w jednym z państw członkowskich, ale decyzje dotyczące audiowizualnej usługi medialnej są podejmowane w państwie trzecim lub odwrotnie, uznaje się, że dostawca ma siedzibę w danym państwie członkowskim, pod warunkiem że w tym państwie działa znaczna część pracowników zaangażowanych w świadczenie audiowizualnej usługi medialnej.
4. Uznaje się, że dostawcy usług medialnych, do których nie stosuje się przepisów ust. 3, podlegają jurysdykcji państwa członkowskiego, jeżeli:
- a) korzystają z naziemno-satelitarnej stacji nadawczej znajdującej się w tym państwie członkowskim;

- b) nie korzystają z naziemno-satelitarnej stacji nadawczej znajdującej się w tym państwie członkowskim, ale korzystają z łącza satelitarne należącego do tego państwa członkowskiego.
5. Jeżeli zgodnie z ust. 3 i 4 nie można określić, które państwo członkowskie sprawuje jurysdykcję, właściwym państwem członkowskim jest to, w którym dostawca usług medialnych jest ustanowiony w rozumieniu art. 43-48 Traktatu.
6. Niniejszej dyrektywy nie stosuje się do audiowizualnych usług medialnych, które są przeznaczone do odbioru wyłącznie w państwach trzecich i które nie są bezpośrednio lub pośrednio odbierane za pomocą standardowych urządzeń konsumenckich w żadnym z państw członkowskich.”.
- 4) W art. 2a wprowadza się następujące zmiany:
- a) ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Państwa członkowskie zapewniają na swoim terytorium swobodę odbioru i nie ograniczają retransmisji audiowizualnych usług medialnych z innych państw członkowskich z przyczyn, które wchodzą w zakres dziedzin podlegających koordynacji na mocy niniejszej dyrektywy.”;
  - b) w ust. 2 zdanie wprowadzające i lit. a) otrzymują brzmienie:

„2. W odniesieniu do rozpowszechniania telewizyjnego, państwa członkowskie mogą tymczasowo odstąpić od stosowania przepisów ust. 1, jeżeli spełnione są następujące warunki:

- a) Przekaz telewizyjny pochodzący z innego państwa członkowskiego stanowi jawne, poważne i groźne naruszenie art. 22 ust. 1 lub 2 lub art. 3b;”;
- c) dodaje się ust. 4, 5 i 6 w brzmieniu:
- „4. W odniesieniu do audiowizualnych usług medialnych na żądanie, państwa członkowskie mogą podjąć środki w celu odstąpienia od stosowania przepisów ust. 1 w przypadku określonej usługi, o ile spełnione są następujące warunki:
- a) środki te są:
- (i) niezbędne z jednego z następujących względów:
- porządku publicznego, a zwłaszcza zapobiegania przestępstwom, ich wykrywania, ścigania i karania, w tym ochrony małoletnich oraz zwalczania wszelkich przypadków nawoływania do nienawiści z powodu rasy, płci, religii czy narodowości oraz przypadków naruszenia godności ludzkiej w stosunku do konkretnych osób,
  - ochrony zdrowia publicznego,
  - bezpieczeństwa publicznego, w tym ochrony bezpieczeństwa państwa i ze względów obrony kraju,
  - ochrony konsumentów, w tym inwestorów;

- (ii) podejmowane w stosunku do audiowizualnej usługi medialnej na żądanie naruszającej względy, o których mowa w ppkt (i), lub stanowiącej poważne i groźne ryzyko naruszenia tych względów;
    - (iii) proporcjonalne do wymienionych względów;
  - b) przed podjęciem przedmiotowych środków i bez uszczerbku dla postępowania sądowego, w tym postępowania przygotowawczego oraz czynności wykonywanych w ramach śledztwa, państwo członkowskie:
    - zwróciło się o podjęcie środków do państwa członkowskiego, którego jurysdykcji podlega usługodawca, a ono ich nie podjęło lub podjęło środki nieodpowiednie,
    - zawiadomiło Komisję i państwo członkowskie, którego jurysdykcji podlega usługodawca, o zamiarze podjęcia takich środków.
5. W nagłych przypadkach państwa członkowskie mogą odstąpić od spełnienia warunków określonych w ust. 4 lit. b). W takiej sytuacji należy w jak najkrótszym terminie poinformować o podjętych środkach Komisję i państwo członkowskie, którego jurysdykcji podlega usługodawca, i wskazać przy tym, dlaczego sytuacja została przez państwo członkowskie uznana za nagłą.

6. Bez uszczerbku dla możliwości podjęcia przez państwo członkowskie środków, o których mowa w ust. 4 i 5, Komisja w jak najkrótszym terminie analizuje ich zgodność z prawem wspólnotowym. Jeżeli Komisja dojdzie do wniosku, że środki są niezgodne z prawem wspólnotowym, zwraca się do danego państwa członkowskiego o powstrzymanie się od podjęcia wszelkich zaproponowanych środków lub o zakończenie przedmiotowych środków w trybie pilnym.”.

5) Art. 3 otrzymuje brzmienie:

*„Artykuł 3*

1. Państwa członkowskie mogą zobowiązać dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji do przestrzegania bardziej szczegółowych lub surowszych przepisów w dziedzinach, które podlegają koordynacji na mocy niniejszej dyrektywy, pod warunkiem że przepisy takie są zgodne z prawem wspólnotowym.
2. W przypadku gdy państwo członkowskie:
  - a) na mocy ust. 1 skorzystało z prawa do przyjęcia w ogólnym interesie publicznym bardziej szczegółowych lub surowszych przepisów, oraz
  - b) ocenia, że nadawca podlegający jurysdykcji innego państwa członkowskiego dokonuje przekazu telewizyjnego, który w całości lub w przeważającej części jest kierowany na jego terytorium,

może ono kontaktować się z państwem członkowskim sprawującym jurysdykcję w celu osiągnięcia obopólnie zadowalającego rozwiązania wszelkich pojawiających się problemów. Państwo członkowskie sprawujące jurysdykcję, po otrzymaniu uzasadnionego wniosku od pierwszego z państw członkowskich, występuje do nadawcy o przestrzeganie rzeczonych przepisów przyjętych w interesie publicznym. W terminie dwóch miesięcy państwo członkowskie sprawujące jurysdykcję informuje pierwsze z państw o efektach uzyskanych w wyniku tego wystąpienia. Każde z tych państw członkowskich może zwrócić się do komitetu kontaktowego ustanowionego na mocy art. 23a o przeanalizowanie sprawy.

3. W przypadku gdy pierwsze z państw członkowskich:

- a) ocenia, że efekty uzyskane w wyniku zastosowania ust. 2 nie są satysfakcjonujące, oraz
- b) ocenia, że dany nadawca ustanowił swoją siedzibę w państwie członkowskim sprawującym jurysdykcję w celu ominięcia surowszych przepisów, które podlegają koordynacji na mocy niniejszej dyrektywy, które to przepisy miałyby do niego zastosowanie, gdyby miał siedzibę w pierwszym państwie członkowskim,

może ono przyjąć odpowiednie środki przeciwko takiemu nadawcy.

Środki takie muszą być obiektywnie niezbędne, stosowane w sposób niedyskryminacyjny i proporcjonalne do zamierzonych celów.

4. Państwo członkowskie może podjąć środki, o których mowa w ust. 3, tylko wówczas, gdy spełnione zostały następujące warunki:

- a) powiadomiło ono Komisję i państwo członkowskie, w którym nadawca ma swoją siedzibę, o zamiarze podjęcia takich środków i uzasadniło swoją ocenę, oraz

- b) Komisja stwierdziła, że środki te są zgodne z prawem wspólnotowym, a zwłaszcza że oceny, których dokonało państwo członkowskie przed podjęciem środków wynikających z ust. 2 i 3, są prawidłowe.
5. Komisja podejmuje decyzję w sprawie niezgodności środków z prawem wspólnotowym w terminie trzech miesięcy od otrzymania powiadomienia określonego w ust. 4 lit. a). Jeżeli Komisja podejmie decyzję stwierdzającą niezgodność środków z prawem wspólnotowym, dane państwo członkowskie powstrzymuje się od ich podjęcia.
6. Państwa członkowskie zapewniają w odpowiedni sposób, w ramach swojego ustawodawstwa, by dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji faktycznie przestrzegali przepisów niniejszej dyrektywy.
7. Państwa członkowskie popierają systemy współregulacji lub samoregulacji na szczeblu krajowym w dziedzinach, które podlegają koordynacji na mocy niniejszej dyrektywy, w zakresie dozwolonym przez ich systemy prawne. Systemy te muszą być skonstruowane tak, aby były powszechnie akceptowane przez główne zainteresowane strony w danych państwach członkowskich oraz muszą zapewniać ich skuteczne wykonywanie.
8. O ile niniejsza dyrektywa nie stanowi inaczej, stosuje się dyrektywę 2000/31/WE. W przypadku niezgodności przepisów dyrektywy 2000/31/WE z przepisami niniejszej dyrektywy charakter nadrzędny mają przepisy niniejszej dyrektywy, chyba że stanowi ona inaczej.”.
- 6) Skreśla się art. 3a.

7) Dodaje się rozdział IIa w brzmieniu:

## **„ROZDZIAŁ IIa**

### **Przepisy mające zastosowanie do wszystkich audiowizualnych usług medialnych**

#### *Artykuł 3a*

Państwa członkowskie zapewniają, by dostawcy audiowizualnych usług medialnych podlegający ich jurysdykcji zapewnili usługobiorcom łatwy, bezpośredni i trwały dostęp przynajmniej do następujących informacji:

- a) firmy dostawcy usług medialnych;
- b) adresu geograficznego, pod którym dostawca usług medialnych ma swoją siedzibę;
- c) danych dotyczących dostawcy usług medialnych, w tym adresu jego poczty elektronicznej lub witryny internetowej, które pozwalają szybko skontaktować się z nim w sposób bezpośredni i skuteczny;
- d) w odpowiednich przypadkach – informacji o właściwych organach regulacyjnych lub nadzorczych.

#### *Artykuł 3b*

Państwa członkowskie zapewniają w odpowiedni sposób, by audiowizualne usługi medialne świadczone przez dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji nie zawierały żadnych treści nawołujących do nienawiści ze względu na rasę, płeć, religię lub narodowość.

### *Artykuł 3c*

Państwa członkowskie zachęcają dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji do zapewniania, by świadczone przez nich usługi stawały się stopniowo dostępne dla osób z upośledzeniami wzroku lub słuchu.

### *Artykuł 3d*

Państwa członkowskie zapewniają, by dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji nie emitowali utworów kinematograficznych poza okresami uzgodnionymi z posiadaczami praw do tych utworów.

### *Artykuł 3e*

1. Państwa członkowskie zapewniają spełnianie przez handlowe przekazy audiowizualne rozpowszechniane przez dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji następujących wymagań:
  - a) handlowe przekazy audiowizualne są łatwo rozpoznawalne. Zakazuje się ukrytych handlowych przekazów audiowizualnych;
  - b) handlowe przekazy audiowizualne nie wykorzystują technik podprogowych;
  - c) handlowe przekazy audiowizualne nie:
    - (i) podważają szacunek dla godności ludzkiej;
    - (ii) zawierają żadnych treści dyskryminujących ze względu na płeć, rasę lub pochodzenie etniczne, narodowość, religię lub światopogląd, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną ani nie promują takiej dyskryminacji;

- (iii) zachęcają do postępowania zagrażającego zdrowiu lub bezpieczeństwu;
- (iv) zachęcają do postępowania poważnie szkodzącego ochronie środowiska;
- d) zakazane są wszelkie rodzaje handlowych przekazów audiowizualnych na temat papierosów i innych produktów tytoniowych;
- e) handlowe przekazy audiowizualne na temat napojów alkoholowych nie są specjalnie kierowane do małoletnich i nie zachęcają do nieumiarkowanej konsumpcji takich napojów;
- f) zakazany jest handlowy przekaz audiowizualny na temat produktów i zabiegów leczniczych dostępnych wyłącznie na receptę w państwie członkowskim, którego jurysdykcji podlega dostawca usług medialnych.
- g) handlowe przekazy audiowizualne nie wyrządzają fizycznej lub moralnej szkody małoletnim. W związku z tym nie mogą bezpośrednio nakłaniać małoletnich do kupna lub najmu produktu lub usługi, wykorzystując ich brak doświadczenia lub łatwowierność, nie mogą bezpośrednio zachęcać małoletnich, by przekonali rodziców lub osoby trzecie do kupna reklamowanych produktów lub usług, nie mogą wykorzystywać szczególnego zaufania, którym małoletni darzą rodziców, nauczycieli lub inne osoby, ani nie mogą bez uzasadnienia pokazywać małoletnich w niebezpiecznych sytuacjach.

2. Państwa członkowskie i Komisja zachęcają dostawców usług audiowizualnych do opracowania sposobów postępowania wobec niestosownych handlowych przekazów audiowizualnych towarzyszących audycjom dla dzieci lub będących elementem tych audycji i stanowiących reklamę artykułów żywnościowych lub napojów, które zawierają składniki odżywcze i substancje o działaniu odżywczym lub fizjologicznym, zwłaszcza takie jak tłuszcze, kwasy tłuszczowe trans, sól/sód i węglowodany, niezalecane w nadmiernych ilościach w codziennej diecie.

*Artykuł 3f*

1. Sponsorowane audiowizualne usługi medialne lub audycje sponsorowane spełniają następujące wymagania:
  - a) ich treść, a w przypadku rozpowszechniania telewizyjnego także ich miejsce w układzie audycji w żadnych okolicznościach nie podlega wpływom powodującym naruszenie odpowiedzialności i niezależności redakcyjnej dostawcy usług medialnych;
  - b) nie zachęcają bezpośrednio do zakupu lub najmu towarów ani usług, zwłaszcza przez specjalne, promocyjne odniesienia do tych towarów lub usług;
  - c) widzowie są wyraźnie poinformowani o istnieniu umowy o sponsorowaniu. Audycje sponsorowane są wyraźnie oznaczone za pomocą nazwy, znaku firmowego lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usługi (usług) lub do ich charakterystycznego znaku, w sposób właściwy dla audycji – na początku, w trakcie ich trwania lub na końcu.

2. Audiowizualne usługi medialne i audycje nie są sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których zasadnicza działalność polega na produkcji lub sprzedaży papierosów i innych wyrobów tytoniowych.
3. Audiowizualne usługi medialne lub audycje sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których działalność obejmuje produkcję lub sprzedaż produktów i zabiegów leczniczych, mogą promować firmę lub wizerunek przedsiębiorstwa, ale nie promują konkretnych produktów ani zabiegów leczniczych, jeżeli w państwie członkowskim, którego jurysdykcji podlega dostawca usług medialnych, są one dostępne wyłącznie na receptę.
4. Audycje informacyjne i audycje dotyczące bieżących wydarzeń nie są sponsorowane. Państwa członkowskie mogą zabronić prezentowania firmowego znaku sponsora podczas audycji dla dzieci, audycji dokumentalnych i religijnych.

#### *Artykuł 3g*

1. Zakazuje się lokowania produktu.
2. O ile państwo członkowskie nie postanowi inaczej, lokowanie produktu jest dopuszczalne w drodze odstępstwa od ust. 1:
  - w utworach kinematograficznych, filmach i serialach wyprodukowanych na użytek audiowizualnych usług medialnych, w audycjach sportowych oraz audycjach rozrywkowych, lub
  - w przypadku gdy nie dochodzi do płatności, ale jedynie do dostarczenia bezpłatnie pewnych towarów lub usług, takich jak rekwizyty i nagrody, po to aby zostały zaprezentowane w audycji.

Odstępstwa przewidziane w tiret pierwszym nie stosuje się do audycji dla dzieci.

Audycje, w których stosuje się lokowanie produktu, spełniają co najmniej wszystkie poniższe wymagania:

- a) ich treść, a w przypadku rozpowszechniania telewizyjnego także ich miejsce w układzie audycji w żadnych okolicznościach nie podlega wpływom powodującym naruszenie odpowiedzialności i niezależności redakcyjnej dostawcy usług medialnych;
- b) nie zachęcają bezpośrednio do zakupu ani najmu towarów ani usług, zwłaszcza przez specjalne, promocyjne odniesienia do tych towarów lub usług;
- c) nie eksponują nadmiernie danego produktu;
- d) widzowie zostają wyraźnie poinformowani o zastosowaniu lokowania produktu. Audycje, w których stosuje się lokowanie produktu, oznacza się odpowiednio na początku, na końcu oraz w momencie wznowienia po przerwie reklamowej, tak aby uniknąć wprowadzenia widzów w błąd.

Na zasadzie wyjątku państwa członkowskie mogą odstąpić od wymogów zawartych w lit. d), o ile dana audycja nie została wyprodukowana przez dostawcę usług medialnych ani przedsiębiorstwo z nim związane ani taka produkcja nie została przez te podmioty zlecona.

3. W żadnym wypadku w audycjach nie stosuje się lokowania produktu, jeżeli produktami tymi są:
  - wyroby tytoniowe lub papierosy albo wyroby przedsiębiorstw, których zasadnicza działalność polega na produkcji lub sprzedaży papierosów i innych wyrobów tytoniowych, lub

- konkretne produkty lub zabiegi lecznicze dostępne wyłącznie na receptę w państwie członkowskim, którego jurysdykcji podlega dostawca usług medialnych.

4. Przepisy ust. 1, 2 i 3 stosuje się tylko do audycji wyprodukowanych po ....<sup>\*</sup>”.

8) Dodaje się rozdział IIb w brzmieniu:

## **„ROZDZIAŁ IIb**

### **Przepisy mające zastosowanie wyłącznie do audiowizualnych usług medialnych na żądanie**

#### *Artykuł 3h*

Państwa członkowskie podejmują odpowiednie środki w celu zapewnienia, by te audiowizualne usługi medialne na żądanie świadczone przez dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji, które mogą poważnie zaszkodzić fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi małoletnich, były udostępniane jedynie w sposób zapewniający, by małoletni w zwykłych okolicznościach nie mogli słuchać ani oglądać przekazów zawartych w takich audiowizualnych usługach medialnych na żądanie.

---

\* Cztery lata od daty wejścia w życie niniejszej dyrektywy.

### *Artykuł 3i*

1. Państwa członkowskie zapewniają, by dzięki audiowizualnym usługom medialnym na żądanie świadczonym przez dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji promowane były – w granicach możliwości i w stosowny sposób – produkcja utworów europejskich oraz dostęp do nich. Taka promocja mogłaby polegać między innymi na udziale finansowym takich usług w produkcji utworów europejskich i zakupie praw do nich lub udostępnianiu lub eksponowaniu utworów europejskich w katalogu audycji oferowanych w ramach audiowizualnej usługi medialnej na żądanie.
2. Nie później niż ...<sup>\*</sup>, a następnie co cztery lata, państwa członkowskie składają Komisji sprawozdania z wdrożenia ust. 1.
3. W oparciu o informacje przekazane przez państwa członkowskie oraz niezależną analizę, Komisja składa Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie dotyczące stosowania ust. 1, uwzględniając przy tym rozwój rynku i technologii oraz cel, którym jest różnorodność kulturowa.”;

---

\* Cztery lata od daty wejścia w życie niniejszej dyrektywy.

9) Dodaje się rozdział IIc w brzmieniu:

**„ROZDZIAŁ IIc**

**Rozpowszechnianie telewizyjne: przepisy dotyczące praw wyłącznych i krótkich relacji**

*Artykuł 3j*

1. Każde państwo członkowskie może podjąć środki zgodne z prawem wspólnotowym w celu zapewnienia, by nadawcy podlegający jego jurysdykcji, którzy na prawach wyłączności rozpowszechniają wydarzenia uznawane przez to państwo członkowskie za wydarzenia o zasadniczym znaczeniu społecznym, nie rozpowszechniali ich w sposób pozbawiający zasadniczą część odbiorców w tym państwie możliwości oglądania tych wydarzeń w ogólnodostępnej telewizji w przekazie na żywo lub z opóźnieniem. Jeżeli państwo członkowskie podejmuje takie środki, sporządza ono wykaz wytypowanych wydarzeń, krajowych lub nie, które uznaje za wydarzenia o zasadniczym znaczeniu społecznym. Sporządza ten wykaz w jawny i przejrzysty sposób, w odpowiednim czasie. Równocześnie państwo członkowskie określa, czy wydarzenia te powinny być dostępne w pełnym czy częściowym przekazie na żywo lub – jeżeli to konieczne lub wskazane z obiektywnych względów interesu publicznego – czy powinny być dostępne w pełnym czy częściowym przekazie z opóźnieniem.

2. Państwa członkowskie niezwłocznie powiadamiają Komisję o wszelkich środkach podjętych lub planowanych na mocy ust. 1. W terminie trzech miesięcy od otrzymania powiadomienia Komisja sprawdza, czy środki takie są zgodne z prawem wspólnotowym, i powiadamia o nich inne państwa członkowskie. Komisja zasięga opinii komitetu kontaktowego ustanowionego na mocy art. 23a. Niezwłocznie publikuje w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej informacje o podjętych środkach, a co najmniej raz w roku – zbiorczy wykaz środków podjętych przez państwa członkowskie.
3. Państwa członkowskie zapewniają w odpowiedni sposób, w ramach swojego ustawodawstwa, by nadawcy podlegający ich jurysdykcji nie wykonywali praw wyłącznych, które nabyli po publikacji niniejszej dyrektywy, w sposób pozbawiający zasadniczą część odbiorców w innym państwie członkowskim możliwości oglądania wydarzeń wytypowanych przez to inne państwo członkowskie zgodnie z ust. 1 i 2; możliwość oglądania tych wydarzeń dotyczy pełnego lub częściowego przekazu na żywo lub – jeżeli to konieczne lub wskazane z obiektywnych względów interesu publicznego – ich pełnego lub częściowego przekazu z opóźnieniem w ogólnodostępnej telewizji, zależnie od decyzji tego innego państwa członkowskiego zgodnie z ust. 1.

### *Artykuł 3k*

1. Państwa członkowskie zapewniają, by każdy nadawca mający siedzibę we Wspólnocie i chcący przygotować krótkie relacje informacyjne miał dostęp – na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminacyjnych zasadach – do wydarzeń, które budzą duże zainteresowanie odbiorców i są transmitowane na zasadzie wyłączności przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

2. Jeżeli prawa wyłączne do wydarzenia budzącego duże zainteresowanie odbiorców nabył inny nadawca mający siedzibę w tym samym państwie członkowskim co nadawca ubiegający się o dostęp, o dostęp ubiega się u tego nadawcy.
  3. Państwa członkowskie zapewniają, by dostęp taki był zagwarantowany poprzez umożliwienie nadawcom dowolnego wybierania krótkich fragmentów z sygnału nadawcy transmitującego z zastrzeżeniem podania przynajmniej ich źródła, chyba że podanie go jest niemożliwe ze względów praktycznych.
  4. Zamiast stosować przepisy ust. 3, państwo członkowskie może ustanowić równoważny system, który dzięki innym sposobom pozwoli na istnienie dostępu do wydarzeń na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminacyjnych zasadach.
  5. Krótkie fragmenty są wykorzystywane wyłącznie w ogólnych audycjach informacyjnych a w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie mogą być wykorzystywane jedynie w przypadku gdy ten sam dostawca usług medialnych prezentuje tę samą audycję w późniejszym czasie.
  6. Bez uszczerbku dla ust. 1–5, państwa członkowskie zapewniają zgodnie ze swoimi systemami prawa i praktykami prawnymi, by określone zostały sposoby i warunki udostępniania takich krótkich fragmentów, a zwłaszcza wszelkie ustalenia związane z rekompensatą, maksymalny czas trwania krótkich fragmentów oraz ograniczenia czasowe dotyczące ich przekazu. Jeżeli przewiduje się rekompensatę, nie powinno ono przewyższać dodatkowych kosztów poniesionych bezpośrednio w związku z udostępnieniem.”.
- 10) W art. 4 ust. 1 skreśla się wyrazy „,w rozumieniu art. 6,”.
- 11) Skreśla się art. 6 i 7.

12) Tytuł rozdziału IV otrzymuje brzmienie:

„Reklama telewizyjna i telesprzedaż”.

13) Art. 10 otrzymuje brzmienie:

„*Artykuł 10*

1. Reklama telewizyjna i telesprzedaż muszą być łatwo rozpoznawalne i odróżniające się od materiału redakcyjnego. Bez uszczerbku dla stosowania nowych technik reklamowych, reklama telewizyjna i telesprzedaż muszą być wyraźnie oddzielone od innych części audycji w sposób wizualny lub dźwiękowy, lub przestrzenny.
2. Pojedyncze spoty reklamowe i telesprzedażowe, poza spotami umieszczanymi podczas transmisji wydarzeń sportowych, stanowią wyjątek.”.

14) Art. 11 otrzymuje brzmienie:

„*Artykuł 11*

1. Państwa członkowskie zapewniają, by w przypadku gdy reklamy telewizyjne lub telesprzedaż są umieszczone podczas audycji, nie została naruszona integralność audycji – przy uwzględnieniu naturalnych przerw w audycji, czasu trwania audycji i jej charakteru – ani nie zostały naruszone uprawnienia posiadaczy praw do audycji.

2. Emisja filmów wyprodukowanych dla telewizji (z wyłączeniem serii, seriali i filmów dokumentalnych), utworów kinematograficznych i audycji informacyjnych może zostać przerwany reklamą telewizyjną lub telesprzedażą tylko jeden raz w ciągu każdego przewidzianego w układzie audycji okresu nie krótszego niż 30 minut. Przekaz audycji dla dzieci może zostać przerwany reklamą telewizyjną lub telesprzedażą tylko raz w ciągu każdego przewidzianego w układzie audycji okresu nie krótszego niż 30 minut, o ile czas trwania danej audycji – przewidziany w układzie audycji – jest dłuższy niż 30 minut. Nie wolno umieszczać reklamy telewizyjnej ani telesprzedaży podczas transmisji uroczystości religijnych.”.

15) Skreśla się art. 12 i 13.

16) Skreśla się art. 14 ust. 1.

17) Skreśla się art. 16 i 17.

18) Art. 18 otrzymuje brzmienie:

*„Artykuł 18*

1. Czas nadawania telewizyjnych spotów reklamowych i spotów telesprzedażowych nie przekracza 20% danej godziny zegarowej.
2. Ust. 1 nie stosuje się do ogłoszeń nadawcy w związku z jego własnymi audycjami ani w związku z produktami towarzyszącymi wywodzącymi się bezpośrednio z tych audycji, do ogłoszeń sponsorowanych ani do lokowania produktu.”.

19) Art. 18a otrzymuje brzmienie:

*„Artykuł 18a*

Bloki telesprzedaży są wyraźnie oznaczone w sposób wizualny i dźwiękowy i nadawane w sposób nieprzerwany przez co najmniej 15 minut.”.

20) Art. 19 otrzymuje brzmienie:

*„Artykuł 19*

Przepisy niniejszej dyrektywy stosuje się *mutatis mutandis* do kanałów telewizyjnych poświęconych wyłącznie reklamie i telesprzedaży oraz do kanałów telewizyjnych poświęconych wyłącznie autopromocji. Do kanałów tych nie stosuje się rozdziału III, a także art. 11 i 18.”.

21) Skreśla się art. 19a.

22) Art. 20 otrzymuje brzmienie:

*„Artykuł 20*

Bez uszczerbku dla art. 3, państwa członkowskie mogą, z należyтым uwzględnieniem prawa wspólnotowego, ustanawiać warunki inne niż warunki ustanowione w art. 11 ust. 2 i art. 18 w odniesieniu do przekazów telewizyjnych przeznaczonych do odbioru wyłącznie na terytorium krajowym i które nie mogą być bezpośrednio ani pośrednio odbierane w żadnym z pozostałych państw członkowskich.”.

- 23) Tytuł rozdziału V otrzymuje brzmienie: „Rozpowszechnianie telewizyjne: ochrona małoletnich”.
- 24) Skreśla się art. 22a i 22b.
- 25) Tytuł rozdziału VI otrzymuje brzmienie: „Rozpowszechnianie telewizyjne: prawo do odpowiedzi”.
- 26) Art. 23a ust. 2 lit. e) otrzymuje brzmienie:
- „e) ułatwianie wymiany informacji między państwami członkowskimi a Komisją na temat bieżącego stanu i rozwoju działań regulacyjnych w dziedzinie audiowizualnych usług medialnych w świetle wspólnotowej polityki audiowizualnej, a także na temat istotnych aspektów rozwoju technicznego;”.
- 27) Dodaje się rozdział VIb w brzmieniu:

## **„ROZDZIAŁ VIb**

### **Współpraca organów regulacyjnych państw członkowskich**

#### *Artykuł 23b*

Państwa członkowskie podejmują odpowiednie środki – przede wszystkim za pośrednictwem właściwych niezależnych organów regulacyjnych – w celu przekazywania Komisji i sobie nawzajem informacji niezbędnych do stosowania przepisów niniejszej dyrektywy, a w szczególności jej art. 2, 2a i 3.”.

- 28) Skreśla się art. 25 i 25a.
- 29) Art. 26 otrzymuje brzmienie:

„Artykuł 26

Nie później niż ...<sup>\*</sup>, a następnie co trzy lata Komisja przedkłada Parlamentowi Europejskiemu, Radzie i Europejskiemu Komitetowi Ekonomiczno-Społecznemu sprawozdanie dotyczące stosowania niniejszej dyrektywy, a w razie potrzeby przedkłada wnioski służące jej dostosowaniu do postępu w dziedzinie audiowizualnych usług medialnych; bierze przy tym pod uwagę przede wszystkim najnowsze osiągnięcia techniczne, konkurencyjność sektora oraz stopień umiejętności korzystania z mediów w każdym z państw członkowskich.

W sprawozdaniu tym należy także odnieść się do kwestii reklam telewizyjnych, które towarzyszą audycjom dla dzieci lub stanowią ich element, a zwłaszcza do tego, czy przepisy ilościowe i jakościowe zawarte w niniejszej dyrektywie zapewniły odpowiedni poziom ochrony.”.

---

\* Cztery lata od daty wejścia w życie niniejszej dyrektywy.

## *Artykuł 2*

W rozporządzeniu (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 27 października 2004 r. w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów (Rozporządzenie w sprawie współpracy w dziedzinie ochrony konsumentów)<sup>1</sup> wprowadza się następującą zmianę:

- pkt 4 załącznika „Dyrektywy i rozporządzenia objęte art. 3 lit. a)” otrzymuje brzmienie:  
  
„4. Dyrektywa 89/552/EWG z dnia 3 października 1989 r. Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych)<sup>2</sup>: art. 3h i 3i oraz art. 10–20. Dyrektywa ostatnio zmieniona dyrektywą 2007/.../WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia ....<sup>\*</sup>”.

## *Artykuł 3*

1. Nie później niż ...<sup>\*\*</sup> państwa członkowskie wprowadzają w życie przepisy ustawowe, wykonawcze i administracyjne niezbędne do wykonania niniejszej dyrektywy. Niezwłocznie przekazują Komisji tekst tych przepisów.

---

<sup>1</sup> Dz.U. L 364 z 9.12.2004, str. 1. Rozporządzenie ostatnio zmienione dyrektywą 2005/29/WE.

<sup>2</sup> Dz.U. L 298 z 17.10.1989, str. 23.

<sup>\*</sup> Dz.U.: proszę wstawić numer, datę i nr Dz.U. niniejszej dyrektywy.

<sup>\*\*</sup> Dwa lata po dacie wejścia w życie niniejszej dyrektywy.

Przepisy przyjęte przez państwa członkowskie zawierają odniesienie do niniejszej dyrektywy lub odniesienie to towarzyszy ich urzędowej publikacji. Sposób, w jaki dokonuje się takiego odniesienia, określają państwa członkowskie.

2. Państwa członkowskie przekazują Komisji teksty najważniejszych przepisów krajowych przyjmowanych przez nie w dziedzinie objętej niniejszą dyrektywą.

#### *Artykuł 4*

Niniejsza dyrektywa wchodzi w życie następnego dnia po jej opublikowaniu w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej.

#### *Artykuł 5*

Niniejsza dyrektywa skierowana jest do państw członkowskich.

Sporządzono w Brukseli

*W imieniu Parlamentu Europejskiego*  
*Przewodniczący*

*W imieniu Rady*  
*Przewodniczący*