

La directive du 3 octobre 1989, « Télévision sans frontières » (TSF), est révisée par celle du 11 décembre 2007. Son champ d'application est étendu aux services de médias audiovisuels à la demande. Le titre s'en trouve changé : « directive de "Services de médias audiovisuels" » (**SMA**) (voir le n°4 de *La revue européenne des médias*, automne 2007).

Elle est destinée à régir l'ensemble des « services de médias audiovisuels » assurant la fourniture de contenus, au moyen d'une « émission télévisée » ou d'un « média audiovisuel à la demande », quels que soient leurs modes de transmission et de réception (poste de télévision, écran d'ordinateur, téléphone portable...). Les sites web ne sont pas concernés. De manière à garantir la libre prestation de services, est posé le principe de l'application de la loi du pays d'origine des contenus, dès lors que celle-ci est conforme aux « normes communes minimales » énoncées par la directive. Faculté est laissée aux Etats d'appliquer, à leurs médias nationaux, des règles plus strictes et de prendre des mesures face aux risques de « délocalisation » de fournisseurs de services qui, pour y échapper, iraient s'installer dans un pays voisin.

De la directive d'origine, subsistent notamment, à l'égard des activités de radiodiffusion télévisuelle (programmée), les dispositions bien peu contraignantes (« chaque fois que cela est réalisable et par des moyens appropriés ») relatives aux quotas de programmation (« une proportion majoritaire ») et de production (10 % « émanant de producteurs indépendants ») d'œuvres européennes et au droit de réponse. Sont introduites des « dispositions sur les droits exclusifs et les brefs reportages d'actualité ». Les Etats sont autorisés à adopter des règles visant à garantir que les services relevant de leur compétence « ne retransmettent pas d'une manière exclusive des événements [...] d'une importance majeure [...] d'une façon qui prive une partie importante du public » de la possibilité de les suivre. Tout organisme doit pouvoir reprendre de « brefs extraits » des émissions d'un autre.

Les assouplissements les plus importants concernent les « communications commerciales audiovisuelles » : publicité, parrainage, téléachat, placement de produits. Elles doivent être « facilement reconnaissables ». De telles communications « clandestines sont interdites ».

Le parrainage ne doit pas porter atteinte « à l'indépendance éditoriale des fournisseurs de services ». Les journaux télévisés et les programmes d'actualité ne peuvent pas être parrainés.

La durée maximum des spots de publicité télévisée et de téléachat est de 12 minutes par heure. Tout plafonnement quotidien est supprimé. Le temps qui sépare deux interruptions publicitaires est réduit de 45 à 30 minutes. Au principe d'interdiction du « placement de produits », est apportée une dérogation concernant la diffusion télévisée des œuvres cinématographiques, films et séries réalisés, des programmes sportifs et de divertissement, lorsqu'il y a uniquement fourniture de « biens ou services, tels que des accessoires de production et des lots, en vue de leur inclusion dans un programme ».

Tout en conservant la faculté d'imposer, aux services nationaux relevant de leur compétence, des règles plus contraignantes, les Etats membres sont invités à se conformer à la nouvelle directive et aux

assouplissements qu'elle introduit avant le 19 décembre 2009. Par la révision de décembre 2007, la directive de 1989 voit son champ d'application élargi à l'ensemble des « *services de médias audiovisuels* ». Elle comporte des « *normes communes minimales* » assurant la libre prestation de services. La possibilité, laissée aux Etats, d'adopter des règles « *plus strictes* » est fort réduite. Ils ne doivent pas défavoriser leurs services nationaux soumis à la concurrence des étrangers auxquels, dans les domaines faisant l'objet de coordination, ne s'applique que la loi de leur pays d'origine.