Datat: 15 martie 2021

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Statutul privind Reglementarea intermediarilor mass-media în temeiul articolului 96 din Tratatul de stat privind mediile de comunicare**

 **(Statutul MI)**

**din …**

În temeiul articolului 96, teza 1 din Tratatul de stat privind mediile de comunicare (MStV) de la 14 până la 28 aprilie 2020 (... referință), [numele autorității federale de stat pentru reglementarea mediilor de comunicare], emite de comun acord cu restul autorităților de stat pentru mediile de comunicare următorul statut:

**Secțiunea 1: Dispoziții generale**

**Articolul 1**

**Scop și obiectiv**

(1) Prezentul statut stabilește, în conformitate cu articolului 96 din MStV, normele detaliate privind concretizarea materială și procedurală a prevederilor legale privind reglementarea intermediarilor mass-media și a furnizorilor de intermediari mass-media (articolele 91-95 din MStV).

(2) Acest statut servește la protejarea diversității opiniilor (diversitatea ofertei și a furnizorilor).

(3) La aplicarea prezentului statut se ține seama de rolul orientativ al intermediarilor mass-media pentru grupurile respective de utilizatori.

**Articolul 2**

**Domeniul de aplicare**

(1) 1Prevederile prezentului statut se aplică intermediarilor mass-media, intermediarilor media integrați și furnizorilor acestora. 2Termenul „intermediar media integrat” în temeiul articolului 91(1) din MStV include orice integrare a unei funcții de intermediar în ofertele terților, ceea ce permite utilizatorilor ofertelor terților să utilizeze funcția intermediară.

(2) Numărul de utilizatori, în conformitate cu articolului 91(2), subparagraful 1 din MStV, este suma utilizatorilor unici lunari.

(3) În cazul în care furnizorul unui intermediar media face trimitere la reglementările menționate la articolul 91(2), subparagraful 1 din MStV, la cererea autorității federale competente pentru reglementarea mediilor de comunicare, acesta prezintă și justifică numărul de utilizatori în termen de o lună și depune documentele și informațiile necesare pentru examinare.

(4) În cazul în care funcția intermediară nu a fost încă oferită sau a fost oferită timp de mai puțin de șase luni, furnizorul intermediarului mass-media trebuie, la cererea autorității federale competente pentru reglementarea mediilor de comunicare, să facă o prognoză privind evoluția numărului de utilizatori în sensul articolului 91(2), subparagraful 1 din MStV și să furnizeze dovezi credibile și să depună, de asemenea, documentele și informațiile necesare pentru examinare.

**Articolul 3**

**Agent autorizat**

(1) Un agent autorizat poate fi o persoană fizică sau juridică.

(2) 1Persoanele fizice trebuie să aibă domiciliul sau reședința stabilă, iar persoanele juridice trebuie să aibă sediul social în Republica Federală Germania. 2Se va indica o adresă de corespondență.

(3) Cerințele prevăzute la articolul 92, teza 1, a doua jumătate a tezei din MStV sunt, de obicei, îndeplinite dacă agentul autorizat este desemnat în sfera de aplicare a informațiilor prevăzută la articolul 5(1) din Legea privind serviciile de telecomunicații (TMG) și articolul 18(1) din MStV.

**Secțiunea 2: Transparența**

**Articolul 4**

**Scop și obiectiv**

1Dispozițiile prezentei secțiuni sunt menite să asigure o transparență adecvată pentru utilizatorii intermediarilor mass-media în ceea ce privește informațiile enumerate la articolul 93(1) din MStV și la articolul 6 (informații care trebuie făcute transparente). 2În special, acest lucru ar trebui să permită o utilizare în cunoștință de cauză a intermediarului mass-media în ceea ce privește agregarea, selectarea și prezentarea conținutului jurnalistic-editorial. 3Acestea se adresează și furnizorilor de conținut jurnalistic-editorial.

**Articolul 5**

**Cerințe de formă**

(1) Informațiile, conform articolului 93(1) din MStV, modificările, conform articolului 93(3) din MStV și informațiile, conform articolului 6, trebuie să fie transparente în limba germană.

(2) 1Pentru ca informația să fie transparentă, aceasta este ușor de perceput în sensul articolului 93 din MStV, dacă este plasată într-o poziție clar perceptibilă pentru un utilizator mediu, luând în considerare situația tipică de utilizare a intermediarului media. 2Acest lucru este valabil, de obicei, dacă informațiile care trebuie făcute transparente se disting în mod evident de restul conținutului și sunt direct legate de opțiunile de intrare sau de navigație esențiale pentru utilizarea intermediarului media. 3Atunci când se utilizează un link web referitor la informațiile care trebuie să fie transparente, cerințele de mai sus se aplică în mod corespunzător.

(3)1Informațiile care trebuie făcute transparente sunt imediat accesibile în sensul articolului 93 din MStV, dacă acestea sunt perceptibile pentru utilizator fără pași intermediari semnificativi. 2Acest lucru nu este valabil mai ales în cazul în care informațiile sunt accesibile cu mai mult de două link-uri web și/sau recuperarea informațiilor depinde de înregistrarea prealabilă sau de autentificare.

(4) Informațiile care trebuie făcute transparente sunt întotdeauna disponibile în sensul articolului 93 din MStV, dacă utilizatorul le poate accesa în orice moment.

(5) Informațiile care trebuie făcute transparente sunt furnizate într-un limbaj ușor de înțeles în sensul articolului 93 MStV, dacă pot oferi utilizatorului mediu o înțelegere de bază a circumstanțelor menționate la articolul 93(1) din MStV necesare pentru utilizarea în cunoștință de cauză a intermediarului media.

(6) În cazul în care utilizarea intermediarului media se realizează în principal prin comenzi vocale, informațiile care trebuie să fie transparente ar trebui, de asemenea, să poată fi redate acustic la cererea utilizatorului, cu o indicație acustică cu privire la locul unde sunt furnizate informațiile care trebuie să fie transparente.

**Articolul 6**

**Obligații de informare**

(1) 1Furnizorul unui intermediar media este obligat să asigure transparența criteriilor care determină accesul conținutului la un intermediar media și păstrarea acestuia (articolul 93(1), subparagraful 1 din MStV). 2În acest scop, furnizorul unui intermediar media trebuie să furnizeze, mai ales, următoarele informații:

1. O descriere a condițiilor tehnice, economice, referitoare la furnizori, referitoare la utilizatori și referitoare la conținut, prin care se stabilește dacă conținutul devine perceptibil printr-un intermediar media,
2. în cazul în care un anumit conținut este filtrat, declasat sau surclasat în ceea ce privește perceptibilitatea în timpul accesării și rămânerii în intermediarul media, în special prin utilizarea sistemelor automate, se indică categoria de conținut în cauză și obiectivele urmărite prin filtrare sau clasificare și
3. informații cu privire la cazul dacă și, în caz afirmativ, modul în care accesul la conținut și păstrarea acestuia în intermediarul media sunt sau pot fi influențate de plăți sau de alte beneficii în natură directe sau indirecte

(2) 1Furnizorul unui intermediar media este obligat, în conformitate cu articolul 93(1), subparagraful 2 din MStV, să facă transparente criteriile centrale de agregare, selectare și prezentare a conținutului și ponderarea acestora, inclusiv informații privind funcționarea algoritmilor utilizați. 2În acest scop, furnizorul unui intermediar media trebuie să furnizeze, mai ales, următoarele informații:

1. o descriere a criteriilor centrale de agregare, selecție și prezentare utilizate de furnizorul intermediarului media,
2. o descriere a ponderii relative a criteriilor centrale în raport unul cu celălalt și în raport cu criterii necentrale, fără ca acestea din urmă să fie transparente,
3. o descriere a obiectivelor de optimizare urmărite de criteriile centrale,
4. informații privind dacă și, eventual, în ce mod accesibilitatea conținutului intermediarului media este sau poate fi influențată de plata unor taxe sau de alte considerente de remunerare directe sau indirecte,
5. o descriere a etapelor de bază ale procesului care stau la baza agregării, selectării și prezentării conținutului, inclusiv a datelor personale și a altor date incluse în agregare, selecție și prezentare,
6. informații privind tipul și amploarea personalizării utilizate și dacă și, eventual, în ce mod conținutul este evaluat ca fiind relevant pentru utilizatorul respectiv,
7. informații privind dacă și, eventual, în ce mod comportamentul utilizatorului în intermediarul media poate influența agregarea, selectarea și prezentarea conținutului, inclusiv indicarea posibilităților de influență de care dispune utilizatorul prin intermediul setărilor și funcțiilor parțiale și
8. informații cu privire dacă și, eventual, în ce mod furnizorul unui intermediar media își tratează propriul conținut, conținutul unei societăți afiliate (articolul 15 din Legea privind societățile comerciale pe acțiuni (AktG)) sau conținutul partenerilor de cooperare într-un mod special în timpul agregării, selecției și/sau prezentării.

(3) 1Modificările importante ale criteriilor care trebuie făcute transparente în temeiul articolului 93(1) din MStV sunt făcute perceptibile fără întârziere. 2În acest scop, furnizorul unui intermediar media trebuie să păstreze disponibilă o prezentare de ansamblu care să arate modificările semnificative efectuate în timp. 3Toate celelalte modificări ale criteriilor care urmează să fie făcute transparente în temeiul articolului 93(1) din MStV sunt comunicate cel puțin o dată la patru luni de la intrarea în vigoare a prezentului statut. articolul 5 se aplică în mod corespunzător.

**Secțiunea 3: Nediscriminare**

**Articolul 7 Dispoziţii generale**

(1) Obligația unui intermediar media în temeiul articolului 94(1) din MStV include, de asemenea, părți definibile și contribuții ale unei oferte jurnalistice-editoriale.

(2) 1În determinarea unei influențe deosebit de mari în sensul articolului 94 (1) din MStV, influența intermediarului mass-media asupra perceptibilității conținutului jurnalistic-editorial în cadrul procesului de formare a opiniei este decisivă. 2Evaluarea poate lua în considerare în special

1. poziția intermediarului media pe piețele relevante respective;
2. o viziune de ansamblu asupra utilizării, de exemplu pe baza gamei disponibile de utilizare, a numărului de utilizatori, a duratei și a activității utilizatorilor sau a numărului de vizualizări pe utilizator.

**Articolul 8 Abateri sistematice în conformitate cu articolul 94 (2), prima alternativă MStV**

(1) Decisive pentru evaluarea dacă se aplică o încălcare a articolului 94(2), prima alternativă MStV,

1. sunt criteriile și informațiile privind ponderarea criteriilor pe care intermediarul mass-media le publică pentru a-și îndeplini obligația în temeiul articolului 93(1) din MStV sau
2. criteriile și informațiile privind ponderarea criteriilor pe care intermediarul mass-media ar trebui să le publice pentru a-și îndeplini obligația în temeiul articolului 93(1) din MStV.

(2) Se consideră că există o abatere în sensul articolului 94(2), prima alternativă MStV, în special în cazul în care furnizorul unui intermediar media

1. nu aplică criteriile publicate sau criteriile, altele decât cele care urmează să fie publicate în temeiul articolului 93(1), subparagrafele 1 și 2 din MStV, sau
2. se abate de la ponderarea publicată a criteriilor centrale de agregare, selecție și prezentare a conținutului.

(3) 1Faptul dacă o abatere, în sensul articolului 94(2), prima alternativă MStV, este sistematică se determină pe baza unei viziuni de ansamblu asupra tuturor circumstanțelor. 2Se ține seama, mai ales, de durata, regularitatea, repetarea și programarea abaterii.

(4) O abatere este justificată dacă acest lucru se datorează unui motiv justificat în mod obiectiv. Motivele care stau la baza acestui fapt pot fi în special

1. interdicții legale sau obligații legale;
2. condiții tehnice în prezentarea către utilizator;
3. cerințe pentru protejarea integrității serviciului.

(5) Existența unui motiv justificat în mod obiectiv, se determină după evaluarea intereselor părților implicate, ținând seama de obiectivul MStV de a asigura diversitatea de opinii.

**Articolul 9**

**Obstrucție nerezonabilă în conformitate cu articolul 94(2), a doua alternativă MStV**

(1) O obstrucție în sensul articolului 94(2), a doua alternativă MStV, este deprecierea directă sau indirectă în ceea ce privește accesul sau accesibilitatea unei oferte jurnalistice-editoriale.

(2) Articolul 8(1) se aplică în consecință.

(3) 1Faptul dacă o obstrucționare, în sensul articolului 94(2), a doua alternativă MStV, este sistematică se determină pe baza unei prezentări de ansamblu a tuturor circumstanțelor. 2Se ține seama de durata, regularitatea și repetarea abaterii.

(4) 1Caracterul nerezonabil al unei obstrucții se evaluează pe baza unui echilibru între interesele părților, ținând seama de obiectivul MStV de a proteja diversitatea de opinii. 2Natura nerezonabilă a unei obstrucții poate rezulta din criterii individuale sau din interacțiunea cumulativă a mai multor criterii.

**Secțiunea 4: Procedura și investigarea**

**Articolul 10**

**Competența ZAK**

(1) Pentru sarcinile care trebuie îndeplinite în temeiul prezentului statut, Comisia de Aprobare și Supraveghere (ZAK) competente de stat pentru reglementarea mediilor de comunicare îndeplinește rolul de organ (articolul 104(2) teza 1 nr. 1, articolul 105(1) teza 1 nr. 10 din MStV coroborată cu Reglementarea de procedură ZAK – GVO ZAK).

(2) 1Autoritatea competentă de stat pentru reglementarea mediilor de comunicare transmite fără întârziere plângerile la ZAK prin intermediul Oficiului Comun în temeiul articolului 11 și o informează cu privire la examinările din oficiu. 2ZAK desfășoară procedura până la luarea unei decizii.

**Articolul 11**

**Procedura de nediscriminare**

(1) Autoritatea competentă de stat pentru reglementarea mediilor de comunicare examinează prin intermediul ZAK, pe baza unei plângeri sau în cazuri evidente din oficiu, dacă furnizorul unui intermediar media încalcă dispozițiile articolului 94(1) și (2) din MStV sau ale articolelor 8 și 9.

(2) Dreptul la o cale de atac în sensul articolului 94(3), teza 1 din MStV se acordă

1. furnizorilor de conținut jurnalistic-editorial și
2. furnizorilor de platforme media și interfețe de utilizatori, în măsura în care se plâng de discriminarea pachetelor cu conținut jurnalistic-editorial pe care le oferă.

(3) 1Reclamantul trebuie să motiveze recursul. În acest scop, se furnizează dovezi adecvate din care vor reieși probe suficiente pentru pretinsa discriminare a conținutului său jurnalistic-editorial în sensul articolului 94(2) din MStV sau al articolelor 8 și 9. 2În special, pot fi prezentate următoarele:

1. evaluarea identificabilității conținutului jurnalistic-editorial propriu în cadrul intermediarului mass-media și
2. studii adecvate.

3În plus, reclamantul furnizează, dacă este posibil, dovezi adecvate din care să rezulte că intermediarul mass-media are o influență deosebit de mare asupra perceptibilității conținutului jurnalistic-editorial în sensul articolului 94(1) din MStV.

(4) Un caz evident în temeiul articolului 94(3), teza 2 din MStV și (1) există în situația în care faptele care stau la baza încălcării interdicției discriminării sunt clar identificabile pentru terți.

**Articolul 12**

**Rectificare**

1În cazul în care autoritatea de stat competentă pentru mediile de comunicare stabilește prin intermediul ZAK că furnizorul unui intermediar media încalcă articolele 92-94 din MStV sau dispozițiile prezentului statut, furnizorul intermediarului media va rectifica imediat intermediarul media. 2Furnizorul intermediarului mass-media este obligat să prezinte o dovadă a rectificării autorității de stat competente pentru mediile de comunicare într-un mod adecvat și inteligibil.

**Articolul 13**

**Informarea și prezentarea documentelor**

(1) 1În vederea verificării unei eventuale încălcări, furnizorul unui intermediar media este obligat să furnizeze toate informațiile necesare, să pună la dispoziție informații și să prezinte documente. 2Autoritatea de stat competentă pentru mediile de comunicare poate, în special,

1. să solicite prezentarea tuturor documentelor care dovedesc criteriile în sensul articolului 93(1) subparagraful 1 din MStV sau criteriile centrale și ponderea acestora, precum și funcționarea algoritmilor utilizați în sensul articolului 93(1), subparagraful 2 din MStV;
2. să audieze în calitate de martori angajații furnizorului intermediarului media implicat în definirea, implementarea tehnică și modificarea criteriilor în sensul articolului 93(1), subparagraful 1 din MStV sau a criteriilor centrale și ponderii acestora, precum și a algoritmilor utilizați în sensul articolului 93 (1), subparagraful 2 din MStV;
3. să solicite furnizorului intermediarului media o declarație pe propria răspundere cu privire la informațiile care trebuie să fie transparente în temeiul articolului 93(1) din MStV și al articolului 6;
4. să solicite prezentarea de acorduri contractuale, angajamente sau alte obligații care sunt în mod obiectiv legate de accesul și reținerea conținutului la intermediarul media, în special în ceea ce privește includerea, prezentarea și păstrarea conținutului jurnalistic-editorial.

(2) 1La depunerea documentelor menționate la paragraful 1, furnizorul intermediarului media va marca acele părți ale documentelor care conțin secrete de afaceri sau comerciale. 2În acest caz, aceștia trebuie să prezinte, de asemenea, o versiune care, din punctul lor de vedere, poate fi văzută de terți fără a divulga secrete de afaceri sau comerciale. 3În caz contrar, autoritatea de stat competentă pentru mediile de comunicare poate presupune că există consimțământul pentru inspecție, cu excepția cazului în care este conștientă de circumstanțe speciale care nu justifică o astfel de prezumție. 4În cazul în care autoritatea de stat competentă pentru mediile de comunicare consideră că marcarea documentelor drept secrete comerciale sau de afaceri este nejustificată, aceasta trebuie să ofere furnizorului posibilitatea de a formula observații înainte de a decide dacă acordă acces terților.

**Secțiunea 5: Dispoziții finale**

**Articolul 14**

**Evaluare**

ZAK va revizui prezentul statut cel puțin o dată la trei ani, ținând seama în special de

1. experiența dobândită în urma aplicării practice a prezentului statut;
2. evoluțiile tehnice și economice în domeniul reglementării;
3. importanța intermediarilor media individuali pentru formarea opiniei publice;
4. evoluțiile în domeniul coreglementării, cum ar fi angajamentele la nivel de industrie;
5. dezvoltarea cercetării privind transparența și discriminarea;
6. dezvoltarea cercetării și științei în domeniul analizei datelor, inteligenței artificiale și învățării automatizate.

**Articolul 15**

**Intrare în vigoare**

1Prezentul statut intră în vigoare la 1 septembrie 2021. 2În cazul în care, până la 31 august 2021, nu sunt adoptate și publicate statute corespunzătoare de către toate autoritățile de stat competente pentru mediile de comunicare, acest statut devine caduc. 3Președintele conferinței directorilor autorităților competente de stat pentru reglementarea mediilor de comunicare (DLM) publică pe internet sub marca umbrelă „die medienanstalten” informația dacă toate autoritățile competente de stat pentru reglementarea mediilor de comunicare au adoptat și publicat statute identice în termenul prevăzut în teza 2.[[1]](#footnote-1)

1. Notificate în conformitate cu Directiva (UE) 2015/1535 a Parlamentului European și a Consiliului din 9 septembrie 2015 referitoare la procedura de furnizare de informații în domeniul reglementărilor tehnice și al normelor privind serviciile societății informaționale (JO L 241, 17.9.2015, p. 1). [↑](#footnote-ref-1)