



Rapport au Gouvernement  
sur l'application du décret n° 2010 – 1379

---

du 12 novembre 2010

**Conseil supérieur de l'audiovisuel**  
Direction des programmes  
Service de l'information et de la documentation  
Novembre 2013

Rapport au Gouvernement  
sur l'application du décret n° 2010 – 1379

---

du 12 novembre 2010





## Sommaire

<b>I. Un dispositif mis en œuvre par les acteurs mais révélant des difficultés d'application</b>	<b>9</b>
A. Les SMAD, définition et contexte économique	9
B. Bilan de la première année d'application du décret par les éditeurs	18
C. Les difficultés relatives au contrôle, par le Conseil, de l'application du décret	27
<b>Récapitulatif des précisions apportées par le Conseil</b>	<b>35</b>
<b>II. Une évolution souhaitable de la régulation des SMAD</b>	<b>37</b>
A. Clarifier et simplifier la régulation des SMAD	37
B. Créer un environnement concurrentiel favorable aux SMAD	47
<b>Récapitulatif des propositions du Conseil</b>	<b>61</b>
<b>Conclusion</b>	<b>63</b>
<b>Annexes</b>	<b>67</b>





**L**e décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande (SMAD), pris sur le fondement des articles 27 et 33-2 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, prévoit en son article 22 que le Conseil supérieur de l'audiovisuel transmet au Gouvernement un rapport portant sur l'application des dispositions de ce décret et sur d'éventuelles propositions d'aménagement destinées à l'adapter à l'évolution des SMAD et des relations entre les éditeurs de ces services, les producteurs et les auteurs.

Le présent rapport prend le parti d'aller au-delà d'un bilan d'application du décret SMAD et aborde les problématiques contextuelles touchant aux enjeux économiques, juridiques et technologiques du secteur.

Le Conseil considère en effet que le développement économique de ces services est à la fois inéluctable et souhaitable, et que tant la législation et la réglementation qui les encadrent que la régulation doivent accompagner ce développement. Il s'agit de permettre que se créent et se maintiennent des services nationaux et européens dynamiques.

**La première partie** du rapport présente un bilan d'application du décret pour l'exercice 2011, avec quelques données actualisées pour l'exercice 2012. En dépit du caractère lacunaire de plusieurs déclarations, le Conseil a relevé, d'une part un respect global des obligations financières et d'exposition des œuvres par la majorité des éditeurs, d'autre part des difficultés rencontrées par ces derniers pour appliquer le décret. Le rapport rend également compte de certaines difficultés d'application du texte rencontrées par le régulateur, notamment pour l'identification des services concernés et la délimitation de leur périmètre.

Dans cette première partie, le Conseil énonce, à droit constant, des **précisions** permettant d'éclairer les acteurs et les pouvoirs publics sur l'application qu'il fait du décret.

**La seconde partie** est consacrée à des **propositions** de modification du cadre réglementaire ou législatif répondant à deux objectifs :

- **simplifier la régulation des SMAD**

Le Conseil propose une série de modifications qui pourraient être apportées au décret, à la lumière des résultats de la consultation publique qu'il a ouverte en mai 2013. Certaines des mesures présentées conduisent à des propositions de modifications législatives.

- **créer un environnement concurrentiel favorable aux SMAD**

Chargé du contrôle du respect des obligations du décret par les éditeurs, le Conseil est un observateur privilégié de l'évolution du marché des SMAD en France et de leur stratégie de développement. C'est pourquoi, afin de créer un environnement concurrentiel favorable à ces services, il considère qu'une réflexion sur les enjeux économiques doit également éclairer la régulation des SMAD et les évolutions envisageables. Sur ce point, le Conseil a souhaité évoquer, à la suite du rapport remis au Gouvernement en mai dernier



par la mission conduite par M. Pierre Lescure<sup>1</sup>, des mesures d'ordre économique susceptibles de favoriser la compétitivité des SMAD. À cette occasion, il a actualisé les propositions d'adaptation de la chronologie des médias qu'il avait présentées le 9 août 2012 à la ministre de la Culture et de la Communication.

À différentes reprises, le rapport aborde la question du périmètre et de la qualification des nouveaux services audiovisuels, allant parfois au-delà de considérations directement liées à l'application des obligations du décret et sans préjuger d'obligations d'autre nature qui pourraient être pertinentes sur ces services (protection des mineurs, déontologie, etc.). À l'heure de la convergence des médias audiovisuels et d'internet, et de la diversification des acteurs de la vidéo en ligne, le Conseil s'est efforcé d'analyser l'évolution de leurs métiers et ses incidences sur les catégories juridiques existantes.

---

<sup>1</sup> Rapport sur la « Contribution aux politiques culturelles à l'ère numérique » de la mission « Acte II de l'exception culturelle ».





# I. Un dispositif mis en œuvre par les acteurs mais révélant des difficultés d'application

## A. Les SMAD, définition et contexte économique

### 1. Les SMAD, définition

Dans sa rédaction issue de la loi du 5 mars 2009 venue transposer en droit interne la directive *Services de médias audiovisuel*, la loi du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication définit comme services de médias audiovisuels à la demande les services audiovisuels qui comportent les trois caractéristiques suivantes<sup>2</sup> :

- permettre le visionnage de programmes audiovisuels sur requête individuelle au moment choisi par l'utilisateur ;
- disposer d'un catalogue de ces programmes composé par l'éditeur ;
- avoir pour activité principale, et à titre commercial, l'offre de contenus audiovisuels.

Sont notamment exclus de la définition les sites de partage de vidéos créées par des utilisateurs privés, les sites d'hébergement de vidéos et les services permettant l'écoute différée d'une émission de radio.

S'agissant d'un domaine en évolution rapide, sur un plan tant économique que technologique, cette définition de 2009 doit être confrontée aux questions concrètes que soulève aujourd'hui son application.

Entré en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2011, le décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande intègre plusieurs des propositions de modification formulées par le Conseil dans son avis du 27 septembre 2010 au sujet du projet de décret qui lui avait été soumis. C'est notamment le cas de la mise en œuvre d'obligations progressives quant à la contribution au développement de la production d'œuvres européennes et d'expression originale française et quant à la place de celles-ci en catalogue, ainsi que de l'assouplissement de l'obligation d'exposition de ces œuvres en page d'accueil<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> **Article 2** de la loi du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication : «*Est considéré comme service de médias audiovisuels à la demande tout service de communication au public par voie électronique permettant le visionnage de programmes au moment choisi par l'utilisateur et sur sa demande, à partir d'un catalogue de programmes dont la sélection et l'organisation sont contrôlées par l'éditeur de ce service. Sont exclus les services qui ne relèvent pas d'une activité économique au sens de l'article 256 A du code général des impôts, ceux dont le contenu audiovisuel est secondaire, ceux consistant à fournir ou à diffuser du contenu audiovisuel créé par des utilisateurs privés à des fins de partage et d'échanges au sein de communautés d'intérêt, ceux consistant à assurer, pour mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le seul stockage de signaux audiovisuels fournis par des destinataires de ces services et ceux dont le contenu audiovisuel est sélectionné et organisé sous le contrôle d'un tiers. Une offre composée de services de médias audiovisuels à la demande et d'autres services ne relevant pas de la communication audiovisuelle ne se trouve soumise à la présente loi qu'au titre de cette première partie de l'offre.* »

<sup>3</sup> Le Conseil avait ainsi souhaité que le texte prévoie que les éditeurs de SMAD réservent une part substantielle de leur page d'accueil aux œuvres européennes et d'expression originale française plutôt qu'une proportion majoritaire.



Le décret distingue trois catégories principales de SMAD :

- « les services de télévision de rattrapage » (TVR)<sup>4</sup>, définis par les articles 1 et 3 du décret ;
- « les services par abonnement »<sup>5</sup>, également dénommés services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA), définis par l'article 4 du décret ;
- « les services autres que ceux mentionnés aux articles 3 et 4, notamment les services payants à l'acte » (VàD à l'acte) et la VàD gratuite<sup>6</sup>, généralement désignés par l'appellation « vidéo à la demande » (VàD) et définis par l'article 5 du décret.

## 2. Le poids économique des SMAD

Le périmètre des études disponibles ne recouvre qu'imparfaitement celui des SMAD tel que défini par la loi :

- les études disponibles retiennent une définition large du marché des vidéos à la demande, en observant la consommation de vidéos en ligne au sens large, incluant par exemple les sites de partage de vidéos ;
- des études observent l'évolution des marchés de la vidéo à la demande et de la télévision en ligne<sup>7</sup>.

### a) La consommation de vidéos en ligne

Les SMAD ne constituent qu'une part de la consommation de vidéos en ligne. Les services d'échange de vidéo à titre non-professionnel ou accessoire, exclus à ce titre de la définition de SMAD, représentent en effet une part majoritaire de la consommation de vidéo.

D'après Médiamétrie, le nombre mensuel de vidéonautes, c'est-à-dire d'internautes ayant regardé au moins une vidéo pendant un mois donné, est passé de 27 millions en juillet 2011 à 31,6 millions en juillet 2012 puis à 33,9 millions en juin 2013.

---

<sup>4</sup> **Le 1° du I de l'article 1** du décret ° 2010-1379 du 12 novembre 2010 définit les services de télévision de rattrapage comme les « services de médias audiovisuels à la demande permettant de regarder, pendant une durée limitée, des programmes diffusés sur un service de télévision, dits services de télévision de rattrapage, qui sont mentionnés au 14° bis de l'article 28 et au dernier alinéa du I de l'article 33-1 de la loi du 30 septembre 1986 susvisée ainsi que ceux édités, directement ou à travers des filiales, par une société visée à l'article 44 de la même loi ; ».

Ces services sont visés par **l'article 3** du décret « Les services de télévision de rattrapage consacrent chaque année une part de leur chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres cinématographiques européennes, d'une part, et d'expression originale française, d'autre part, dont le taux est identique à celui auquel l'éditeur de services est soumis au titre de l'exploitation du service de télévision dont le service de télévision de rattrapage est issu. Les dispositions de l'alinéa précédent ne sont pas applicables aux services de télévision de rattrapage dont les recettes sont incluses dans les ressources du service de télévision dont ils sont issus par application du décret du 2 juillet 2010 susvisé. »

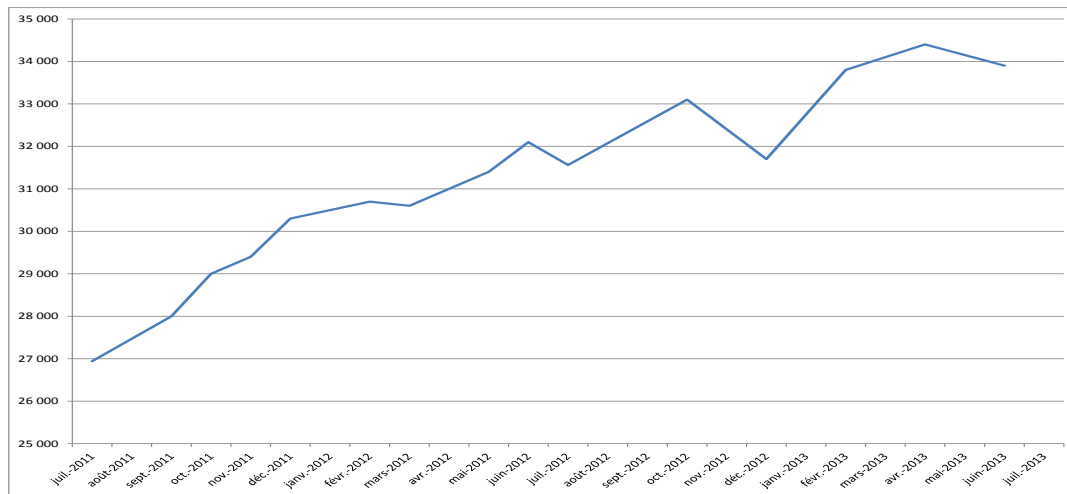
<sup>5</sup> Ces services sont visés par **l'article 4** du décret : « I. Les services par abonnement consacrent chaque année une part de leur chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles européennes, d'une part, et d'expression originale française, d'autre part (...) ».

<sup>6</sup> Ces services sont visés par **l'article 5** du décret : « I. Les services autres que ceux mentionnés aux articles 3 et 4, notamment les services payants à l'acte, consacrent chaque année (...) ».

<sup>7</sup> Mesurée notamment par l'institut GfK qui publie périodiquement un « baromètre VoD » et un « baromètre de la TV en ligne NPA/GfK ».



Figure 1 : évolution du nombre mensuel de vidéonautes uniques, en milliers



(Source : Médiamétrie).

Les vidéos en ligne sont consommées à travers des sites de nature très diverse : portails généralistes, sites consacrés à une thématique, réseaux sociaux. YouTube, Facebook et Dailymotion se hissent très régulièrement en tête des sites comptant le plus de vidéonautes uniques en France. Il convient toutefois de remarquer que les sites liés aux chaînes de télévision attirent des vidéonautes nombreux qui y passent un temps important, sans pour autant remettre en cause la première place de YouTube dans le classement selon ce critère<sup>8</sup>.

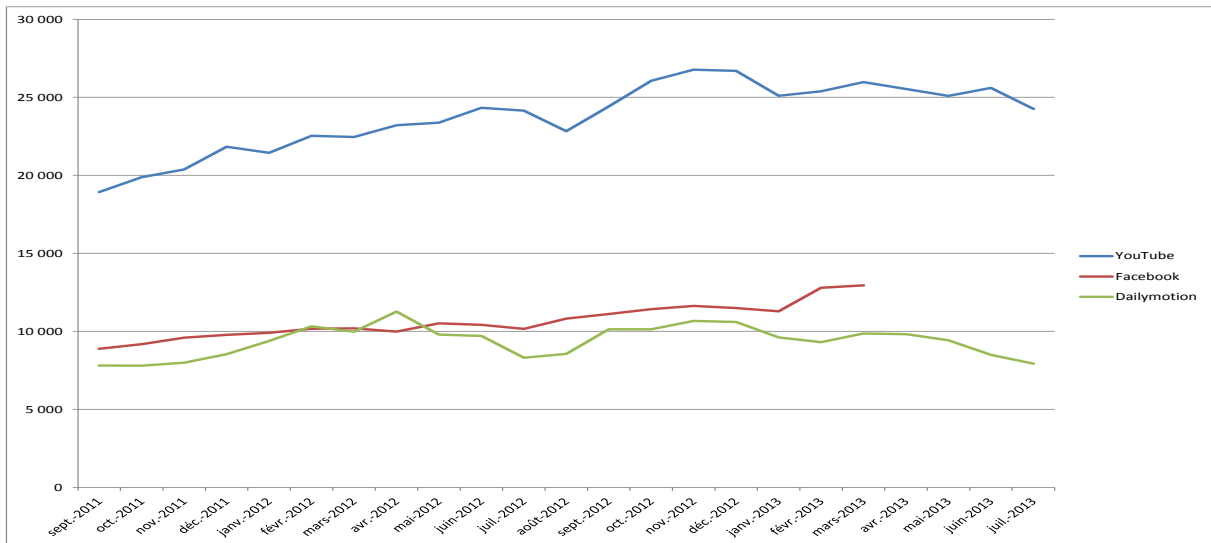
Tableau 1 : classement des sites de vidéos en ligne en France  
(source : Médiamétrie, décembre 2012)

	Soumis au décret SMAD en 2011	Temps passé (heures /mois/pers)	visiteurs uniques (en M.)	Vidéos consommées Par M./pers.)
Google		101	30.6	2407
TF1	X	15	9.2	66
Daily Motion		10	15.1	270
PureVid		5	0.6	17
PlayTV		4	04	13
M6	X	4	3.7	15
Ru RTube		4	1.2	29
France televisions	X	3	3.9	19
Canal +	X	2	2.9	20
Mixturecloud		2	0.6	5
Arte		1	0.9	6
Facebook		1	5.5	24
Duckstreaming		1	0.2	2
Jeux video.com		1	0.9	8
Allo ciné		1	3.7	16

<sup>8</sup> Depuis avril 2013, la mesure de Facebook est en attente de la prise en compte du nouveau protocole sécurisé des vidéos de ce réseau social.



Figure 2 : évolution de nombre mensuel de vidéonautes uniques de YouTube, Facebook et Dailymotion, en milliers



(Source : Médiamétrie, classement "Band Sites-Supports").

S'agissant des perspectives d'évolution du marché français à moyen terme, une récente étude de Cisco<sup>9</sup> indique que le trafic internet dû aux vidéos serait amené à tripler entre 2012 à 2017 pour représenter 71 % de l'ensemble du trafic internet en 2017 (contre 58 % en 2012). Sur la télévision, ce trafic vidéo en ligne devrait quadrupler sur cette période, et le trafic lié à la VàD quasiment doublé.

### ***b) Le marché de la vidéo à la demande et de la télévision de rattrapage***

#### ***La vidéo à la demande***

Le baromètre VOD GfK/NPA mesure le chiffre d'affaires réalisé par les principaux acteurs français présents dans l'offre non linéaire depuis 2009<sup>10</sup>.

Il permet de constater que le chiffre d'affaires réalisé par les services de VàD étudiés a doublé entre 2009 à 2011, passant de 97 M€ à 219 M€. Toutefois, cette croissance s'est ralentie entre 2011 et 2012 (+15 %).

Tableau 2 : marché français de la vidéo à la demande, en M€

	2009	2010	2011	2012
<b>Chiffre d'affaires de la vidéo à la demande commercialisée en France</b>	97 M€	152 M€	219 M€	252 M€
<b>Variation</b>		+75 %	+44 %	+15 %

(Source : baromètre GfK).

<sup>9</sup> Cisco Visual Networking Index Forecast, 2012-2017, mai 2013.

<sup>10</sup> Afin de mesurer le marché de la VàD en France, le baromètre GfK/NPA agrège la totalité des références vendues ou louées de 15 plateformes généralistes de VàD installées en France, dont Bouygues télécom, CanalPlay VàD, Darty Box, Free, MyTF1, Numéricâble, Orange, SFR, Vidéo Futur, Virgin Méga. En conséquence, des services comme iTunes, installé au Luxembourg, ne sont donc pas pris en compte.



Une stagnation du marché de la VàD semble se confirmer au premier semestre 2013, avec une baisse de 6,4 %, (les facteurs de cette baisse sont analysés en c).

Par ailleurs, le chiffre d'affaires réalisé par ces services demeure modeste, en comparaison de celui de l'ensemble des chaînes de télévision payante, qui excède 3 milliards d'euros en 2012.

Le téléviseur reste le principal support de consommation de contenus en VàD payante. Il est ainsi estimé qu'en 2012, 77 % des transactions payantes de VàD à l'acte se font sur l'écran de télévision.

Le baromètre VOD GfK/NPA distingue, outre le téléchargement définitif ou EST (« Electronic Sell-Through »), la location à l'acte, qui représente 64 % du marché, et la vidéo à la demande par abonnement ou VàDA (11 % du marché) :

- la location à l'acte :

Les trois principaux acteurs du marché sont « Vidéo à la demande d'Orange », CanalPlayVOD et le « Club Vidéo de SFR ». Ces trois services réalisent chacun plus de 10 M€ de chiffre d'affaires par an, et sont donc soumis à des obligations de production.

Le chiffre d'affaires cumulé de ces trois services augmente régulièrement depuis 2010 : il s'établissait à 72,4 M€ en 2010, à 86,5 M€ en 2011 et 102,4 M€ en 2012, soit une augmentation de 41 % sur la période.

- la VàDA :

L'offre de VàDA, qui connaît un développement fort aux États-Unis et dans une moindre mesure en Grande-Bretagne, commence à se structurer en France. Filmo TV a été le premier service de VàDA édité en France, suivi par le service de la plateforme Free. Depuis, deux grands groupes audiovisuels français, Canal+ et AB, ont lancé leurs services de VàDA, respectivement CanalPlay<sup>11</sup> et Jook. Ces deux services sont présents sur internet. CanalPlay est également très largement distribué sur les plateformes des FAI (SFR, Free, Bouygues et Orange). Les FAI ont également lancé leurs propres offres de VàDA, souvent uniquement accessibles à leurs abonnés (Orange Pass Vidéo ou SFR, par exemple). Enfin, un acteur historique sur le marché de la location de la vidéo physique (Vidéo Futur) a lancé une offre hybride combinant location de DVD (reçus par courrier) et VàDA.

Selon le rapport Lescure, Filmo TV et CanalPlay revendiquent chacun 200 000 abonnés au printemps 2013. Un seul service, FilmoTV, a réalisé un chiffre d'affaires supérieur à 10 M€ en 2012.

Le tableau 3 présente les principaux services de VàDA, leur catalogue (juin 2013) et leur prix d'abonnement (juin 2013).

---

<sup>11</sup> Précédemment dénommée « CanalPlay Infinity ».



Tableau 3 : principales offre de VàDA éditées en France

Plateformes SvoD	Volume du catalogue Juin 2013 (1)	Prix d'abonnement (mensuel)
<b>Canalplay</b>	Cinéma : 1409 Séries : 145 Dessin animés : 1498	9,99 € (6,99 € sur Pc/Mac/Ipad)
<b>Jook Vidéo</b>	Cinéma : 748 Séries : 92 Dessin animés : 3162	6,99 €
<b>Filmo TV</b>	Cinéma : 460 Séries : 0 Dessin animés : 0	9,99 € (7€ sur Orange)
<b>Orange Pass Vidéo Livebox Star</b>	Cinéma : 150 Séries : 0 Dessin animés : 0	Inclus avec abonnement Livebox Star
<b>VidéoFutur Pass Duo DVD/VOD</b>	Cinéma : 95 Séries : 0 Dessin animés : 144	6,99 €
<b>Pass Cinéma Club Vidéo SFR Pass Kids</b>	Cinéma : 77 Séries : 0 Dessin animés : 1278	4,99 €

(Source : NPA Conseil).

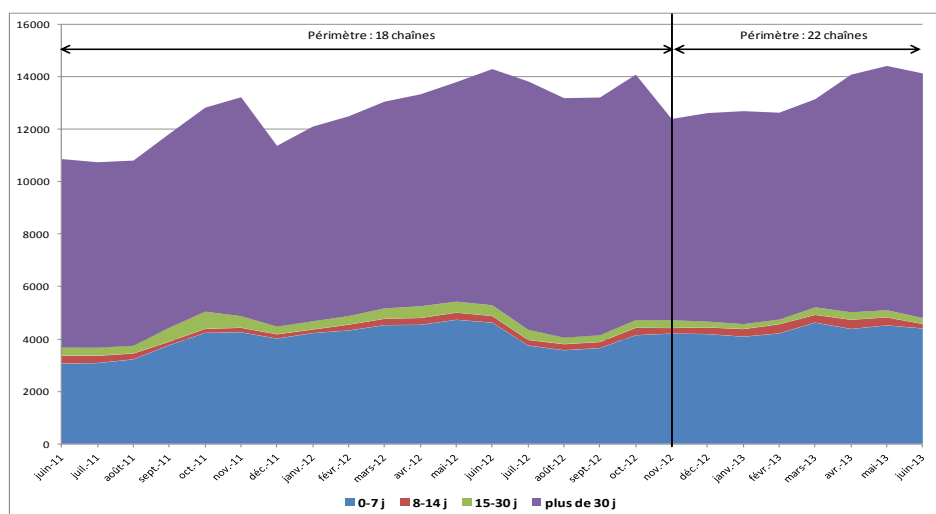
(1) Pour le cinéma : nombre de titres / pour les séries : nombre de saisons/pour les dessins animés : nombre

### La télévision de rattrapage

L'offre de TVR fait l'objet d'un baromètre du Centre national de la cinématographie et de l'image animée (CNC) réalisé par tv-replay.fr qui analyse actuellement l'offre de programmes de 22 chaînes nationales gratuites disponibles en TVR sur internet, en nombre de vidéos et en volume horaire.

En tenant compte du changement de périmètre de ce baromètre survenu en novembre 2012, on observe que l'offre de TVR a progressé, tant en volume horaire qu'en nombre de vidéos <sup>12</sup>.

Figure 3 : offre de TVR en volume horaire en fonction de la durée de disponibilité

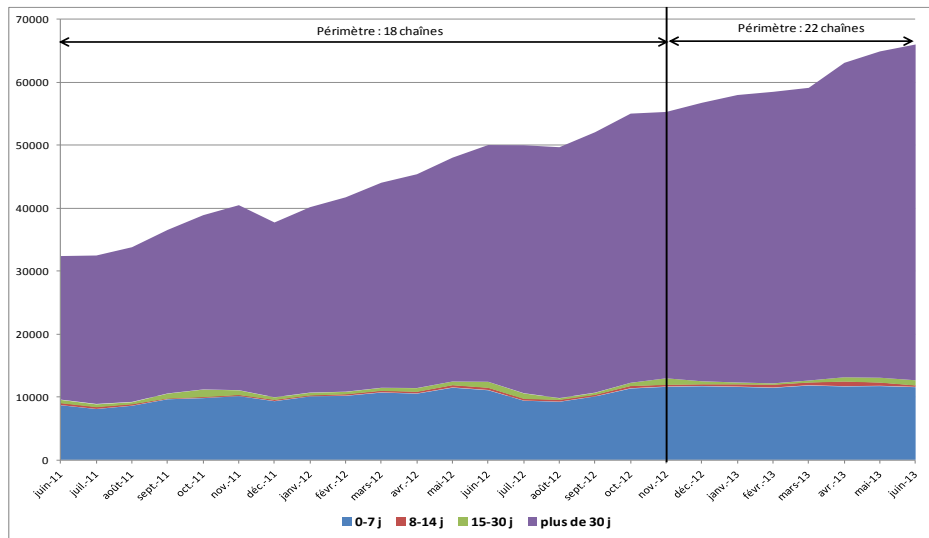


(Source : CNC - tv-replay.fr).

<sup>12</sup> Cette croissance est portée par les vidéos d'une durée de disponibilité inférieure ou égale à 7 jours et celle dont cette durée est supérieure ou égale à 30 jours.



Figure 4 : offre de TVR en nombre de vidéos en fonction de la durée de disponibilité

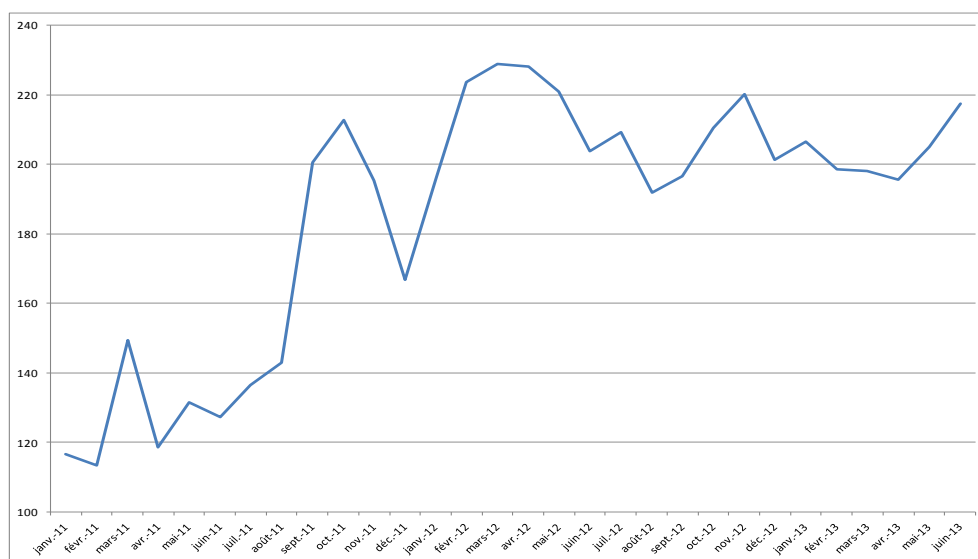


(Source : CNC et tv-replay.fr).

Par ailleurs, la collaboration de cinq régies publicitaires avec NPA Conseil et GfK donne lieu à la publication du « Baromètre TV en ligne ». Ce baromètre publie notamment des indicateurs de consommation de l'offre de TVR issue des chaînes nationales gratuites, à savoir actuellement TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, D8, W9, TMC, NT1, France 4, I>Télé, D17, ainsi que des chaînes payantes Canal+, LCI, Paris Première et Teva et des chaînes locales Outre-mer 1ère.

En deux ans et demi, le nombre de vidéos vues a augmenté de 86 % pour atteindre 217,5 millions en juin 2013.

Figure 5 : nombre mensuel de vidéos vues issues de l'offre de TVR (en millions)<sup>13</sup>



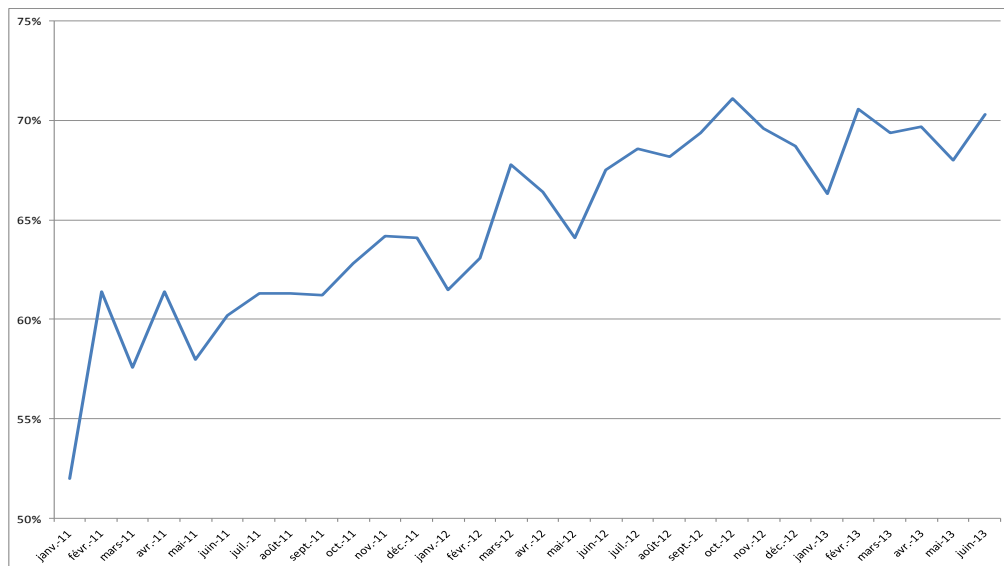
(Source : CNC, GfK/NPA Conseil).

<sup>13</sup> Remarque méthodologique : le périmètre de ce baromètre est passé de 13 à 15 chaînes en janvier 2012 et de 15 à 17 chaînes en octobre 2012.



Enfin, le CNC a mis en place un baromètre de l'usage de la TVR sur la base d'un sondage en ligne réalisé mensuellement par Harris Interactive auprès de 1200 internautes âgés de 15 ans ou plus. La TVR est un usage largement répandu chez les internautes, puisque près de 7 sur 10 déclarent avoir eu recours à un service de TVR, soit une progression de plus de 18 points en deux ans et demi.

Figure 6 : évolution de la pénétration de la TVR chez les internautes



(Source : CNC - Harris Interactive).

Le tableau 4 présente les recettes réalisées en 2010 et 2011 par les services de TVR des chaînes gratuites, telles que déclarées au Conseil<sup>14</sup>.

Leur montant déclaré en 2011 est en forte progression par rapport à celui de 2010 (+64 %), et s'établit à près de 26 M€ (contre 16 M€ en 2010).

92 % des recettes totales de TVR réalisées en 2011 l'ont été sur les trois services de TVR des chaînes historiques MyTF1, Pluzz et M6 Replay. Le chiffre d'affaires cumulé des services de TVR des chaînes privées gratuites historiques représentait, en 2011, 79 % du chiffre d'affaires total.

<sup>14</sup> Arte+7 et les services de TVR des chaînes Public Sénat et LCP n'ont pas été intégrés dans le tableau, ces services ne réalisant pas de recettes publicitaires.





Tableau 4 : recettes réalisées en 2010 et 2011 par les services de télévision de rattrapage des chaînes gratuites (en €)<sup>15</sup>

Chaînes	Recettes TVR 2010	Recettes TVR 2011	Evolution 2011/2010
<b>Chaînes hertziennes historiques (TF1, France Télévisions, M6)</b>	15 033 563	24 784 494	65%
Nouvelles chaînes de la TNT (BFM TV, D8, D17, I-Télé, NRJ12, Gulli, NT1, TMC, W9)	734 000	2 115 160	188%
Total	15 767 563	26 899 654	71%

(Source : CSA à partir des déclarations des éditeurs)

Les recettes réalisées par les services de TVR des nouvelles chaînes de la TNT sont en forte progression entre 2010 et 2011 (+188 %). En 2010, seuls deux services avaient déclaré au Conseil des recettes issues de l'exploitation de leur service de TVR (W9 et Gulli). Ils sont six en 2011 (BFM, NRJ12, W9, Gulli, TMC et NT1).

En 2012, le chiffre d'affaires réalisé par les services de TVR connaît une nouvelle hausse, puisque dorénavant, toutes les nouvelles chaînes de la TNT proposent leurs programmes en rattrapage.

Les chaînes payantes, notamment cinéma, proposent également des services de TVR, mais ces services, tel Canal+ à la demande, fournis sans supplément aux abonnés, ne réalisent pas de recettes publicitaires.

### 3. La situation des éditeurs et de l'offre française de SMAD

À l'occasion de la consultation publique du 30 avril 2013<sup>16</sup>, les éditeurs de SMAD ont présenté au Conseil un état des lieux de leur activité.

Les éditeurs de services linéaires évoquent notamment la bonne santé des services de TVR. Ils observent que la consommation de ces services n'a pas, à l'heure actuelle, « cannibalisé » l'audience de leurs programmes linéaires, mais a, au contraire, contribué à la renforcer en fidélisant les téléspectateurs et en permettant un visionnage répété.

En revanche, l'attractivité et l'étendue de l'offre gratuite de vidéos aurait un impact sur les services de vidéo à la demande payants. En effet, les téléspectateurs privilégient en premier lieu l'offre gratuite. Celle-ci apparaît particulièrement riche et diverse, en raison de la multiplication des chaînes gratuites de la TNT et de la présence de services TVR sur de nombreux supports (internet, téléviseur grâce aux plateformes des offres ADSL ou câble, tablette...). De ce fait, le temps que ces téléspectateurs sont en mesure de consacrer à la VàD payante, à l'acte et par abonnement, deviendrait résiduel.

<sup>15</sup> Les services linéaires déclareront, à la fin du premier trimestre 2014, dans le cadre de leurs obligations de contribution au développement de la production audiovisuelle pour l'exercice 2013, leurs chiffres d'affaires réalisés en 2012, dont celui de leurs services de télévision de rattrapage. Pour cette raison, le Conseil ne dispose pas encore des données relatives à l'année 2012.

<sup>16</sup> Consultation évoquée de façon plus détaillée dans la suite du rapport.



Le faible développement du marché français de la vidéo à la demande contrasterait avec la situation observée en Europe ou aux États-Unis, où le marché de la VàD semble continuer sa progression<sup>17</sup>.

Le repli des résultats des acteurs français observé au premier semestre 2013 serait plus particulièrement imputable, selon les éditeurs :

- au succès de la TVR elle-même ;
- à la progression du recours aux contenus piratés, disponibles à la fois en téléchargement sur des sites de vidéo « illégaux » et en visionnage sur les grands sites de partage de vidéo ;
- à un certain manque d'attractivité de l'offre légale : mise en ligne trop tardive de certaines séries, catalogues encore trop peu fournis en raison de l'indisponibilité de certains films (gel des droits, films non numérisés...) ;
- à des prix plus élevés, en partie pour des raisons fiscales, que ceux pratiqués par des concurrents internationaux, dont la part de marché est en forte progression (I Tunes, par exemple).

## B. Bilan de la première année d'application du décret par les éditeurs

Lors de la première année d'application du décret, quelques difficultés de mise en œuvre sont apparues :

- pour le régulateur, s'agissant de l'identification même des services, de leur délimitation et de la complétude des déclarations fournies, rendant complexe l'établissement d'un bilan global (aspects financiers, justificatifs demandés pour attester du respect des obligations) ;
- pour les éditeurs eux-mêmes quant au respect des diverses obligations énoncées.

### 1. Les déclarations des éditeurs

L'exercice 2011 a constitué la première année d'application du décret. En 2012, le Conseil a demandé aux éditeurs de SMAD répartis en trois ensembles (les groupes audiovisuels, les fournisseurs d'accès à internet, les sociétés « autres » qui ne sont pas rattachées à l'édition ou à la distribution de services linéaires) de justifier, pour cet exercice, du respect de leurs obligations.

Sur **67 sociétés** contactées, **7 sociétés** n'ont pas répondu après plusieurs relances. Il s'agit exclusivement de sociétés qui n'éditent ou ne distribuent pas de services de communication audiovisuelle linéaires.

Parmi les 60 sociétés ayant répondu (soit 90 % de réponse) :

- 44 sociétés éditant des services soumis au décret ont adressé une déclaration au Conseil ;

---

<sup>17</sup> Selon TF1, la croissance observée au 1<sup>er</sup> semestre 2013 serait de 45 % en Allemagne, de 43 % au Royaume-Uni et de 24 % aux États-Unis, contre une baisse de 6,4 % en France.



- 16 sociétés ont considéré leurs services comme exclus du champ d'application du décret.<sup>18</sup>

**Tableau 6 : décompte des réponses des sociétés éditrices contactées**

Sociétés éditrices	Type d'éditeur :			Total
	Groupe audio	FAI	Autres	
Contactés/Total	22	6	39	<b>67</b>
Sans réponse	0	0	7	<b>7</b>
Avec réponse	22	6	32	<b>60</b>
Dont : éditant des services soumis au décret	16	4	24	44
Dont : éditant des services déclarés comme exclus du décret	6	2	8	16

(Source : CSA).

Au total, **44 sociétés** éditant des services soumis au décret ont déclaré **106 services** pour l'exercice 2011.

Ils se répartissent de la façon suivante entre les trois catégories de services visées par le décret : **46 services** de télévision de rattrapage (TVR), **18 services** de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) et **42 services** "autres" dont les services payants à l'acte (VàD) et la VàD gratuite.

**Tableau 7 : décompte des services ayant fourni une déclaration au Conseil**

Services déclarés	Groupes audiovisuels	FAI	Autres	Total	%
TVR	45	1	0	46	43,4 %
VàDA	1	5	12	18	17 %
Autres (VàD à l'acte, VàD gratuite, etc.)	14	3	25	42	39,6 %
Total	60	9	37	106	100 %
%	56,5 %	8,5 %	35 %	100 %	

(Source : CSA).

**Tableau 8 : répartition des services « autres » par catégorie de services**

Services déclarés	Groupes audiovisuels	FAI	Autres	Total
VàD payante à l'acte	4	3	23	30
VàD gratuite et divers	12	0	2	14
Total	14 (dont 2 font à la fois de la VàD à l'acte payante et gratuite)	3	25	42 (dont 2 font à la fois de la VàD à l'acte payante et gratuite)

(Source : CSA).

<sup>18</sup> Le Conseil a validé l'analyse de ces sociétés pour l'exercice 2011.



## 2. Le respect des obligations d'exposition prévues par le décret

### a) Des obligations d'exposition globalement respectées

#### Rappel des obligations prévues par le décret

Le chapitre II du décret prévoit deux obligations applicables à tous les SMAD qui proposent au moins 20 œuvres cinématographiques de longue durée ou au moins 20 œuvres audiovisuelles<sup>19</sup> :

- l'article 12 du décret impose à tout moment aux éditeurs de SMAD de réserver, « respectivement dans le nombre total d'œuvres cinématographiques de longue durée et audiovisuelles mises à disposition du public une part au moins égale à 60 % pour les œuvres européennes ; 40 % pour les œuvres d'expression originale française »<sup>20</sup> ;
- l'article 13 impose aux éditeurs de réserver à tout moment sur la page d'accueil de leur(s) service(s) « une proportion substantielle des œuvres, dont l'exposition est assurée autrement que par la seule mention du titre, à des œuvres européennes ou d'expression originale française, notamment par l'exposition de visuels et la mise à disposition de bandes-annonces ».

Tableau 9 : obligations d'exposition prévues par le décret du 12 novembre 2010

	TVR	VàD	
		VàD à l'abonnement	VàD à l'acte
Seuils de déclenchement	Plus de 20 œuvres cinématographiques ou plus de 20 œuvres audiovisuelles proposées annuellement		
Obligation de mise à disposition dans le catalogue	A tout moment, respectivement pour l'audiovisuel et le cinéma : <b>60 % pour les œuvres européennes</b> (50 % pendant 3 ans à compter de la première année d'application)		
	A tout moment, respectivement pour l'audiovisuel et le cinéma : <b>40 % pour les œuvres d'expression originale française</b> (35 % pendant 3 ans à compter de la première année d'application)		
Obligation d'exposition en page d'accueil	A tout moment, les services doivent réserver une <u>proportion substantielle</u> à des œuvres européennes ou d'expression originale française, notamment par l'exposition de visuels et la mise à disposition de bandes-annonces.		

(Source : CSA).

<sup>19</sup> L'article 11 du décret du 12 novembre 2010 précise également, par renvoi aux dispositions de l'article 1609 *sexdecies B* du code général des impôts, qu'il ne peut s'agir de services qui sont principalement consacrés aux programmes à caractère pornographique ou d'incitation à la violence.

<sup>20</sup> L'article 12 du chapitre II du décret précise que : « Toutefois ces proportions sont, pendant une durée de trois ans à compter de leur première application aux services atteignant l'un des deux seuils mentionnés à l'article 11, fixées respectivement à 50 % et 35 %. Pour les services existant à l'entrée en vigueur du présent décret, ce délai ne peut commencer à courir avant le 1er janvier 2011 ».



## Un respect global des obligations

Concernant les obligations d'exposition, l'analyse a concerné les services de télévision de rattrapage d'une part, et les services de vidéo à la demande (par abonnement, à l'acte ou autre) d'autre part. Parmi les 106 services déclarés (TVR et VàD), l'étude a concerné les 90 services qui franchissent le seuil fixé par l'article 11 du décret<sup>21</sup> (39 services de TVR et 51 services de VàD<sup>22</sup>).

Après analyse des déclarations et avec les réserves pouvant être formulées sur la précision des déclarations en termes de justificatifs, 70 % des services déclarent respecter globalement les obligations d'exposition d'œuvres.

**Tableau 10 : respect des obligations d'exposition prévues par le décret du 12 novembre 2010**

Niveau de respect	Détail	TVR	VàDA	Autre (VàD à l'acte)	Total	%
Déclarent un respect global des obligations	Respect total	22	4	9	35	
	Respect global/partiel	3	1	4	8	
	Respect mais déclaration lacunaire	10	5	16	31	
	<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>10</b>	<b>29</b>	<b>74</b>	
Déclarent ne pas respecter les obligations	Non-respect (total ou partiel) en raison de la thématique du service	1	2	5	8	
	Non-respect pour une autre raison	3	3	2	8	
	<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>16</b>	
Exemptés d'obligation	Services n'atteignant pas le seuil des 20 œuvres audio ou ciné	7	3	6	16	15
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>46</b>	<b>18</b>	<b>42</b>	<b>106</b>	<b>10</b>

(Source : CSA).

### b) Les difficultés d'application liées aux quotas d'œuvres en catalogue

La majorité des déclarations traduit une certaine difficulté des éditeurs à justifier du respect de leurs obligations avec la précision qu'impliquent les dispositions du décret.

#### La nécessité de respecter les obligations d'exposition à tout moment

- La complexité des moyens à déployer pour assurer le respect de l'obligation

Le respect « à tout moment » des obligations d'exposition s'est avéré complexe pour les éditeurs de TVR comme de VàD. Cette difficulté a semblé plus grande concernant la garantie d'une offre d'œuvres européennes et d'expression originale française en catalogue. Atteindre les objectifs fixés par le décret exige en effet la mise en place de mécanismes de suivi de la programmation. Selon les éditeurs, ceux-ci peuvent s'avérer

<sup>21</sup> Seuil de 20 œuvres cinématographiques de longue durée ou de 20 œuvres audiovisuelles.

<sup>22</sup> Sont ainsi exclus de l'étude les services suivants : les services de TVR France 24 et Gameone Replay, les services de TVR et VàD gratuite de BFM (BFM TV Replay, BFM Business.com), de TV5 Monde, NT1, TMC, le service de VàD Purescreens et les services de VàD et VàDA MCSVOD et Myzen. Parmi les 48 services de TVR, 7 sont exclus du périmètre de l'étude et parmi les 63 services de VàD déclarés, 10 ne franchissent pas les seuils fixés par le décret et sont dès lors également exclus de l'étude.



complexes et coûteux (logiciel, équipes dédiées, etc.). Un seul éditeur, TF1, déclare avoir mis au point un logiciel spécifique de suivi de la programmation de son service de télévision de rattrapage sur les différents supports.

L'outil de TF1 a été conçu pour envoyer une alerte et permettre un ajustement par une équipe de suivi dédiée, dans le cas où l'un des portails ne respecterait pas l'obligation. Cet éditeur a ainsi été le seul en mesure de justifier très précisément d'un respect des obligations et doit en être salué.

La plupart des autres éditeurs déclarent avoir recours à des outils moins sophistiqués, notamment la sélection manuelle, pour la TVR, de programmes issus de la diffusion linéaire ou un travail sur la conclusion d'accords avec les ayants droit permettant d'augmenter la part d'œuvres EOF ou européennes proposées (voir à ce sujet la synthèse des déclarations figurant en annexe). Généralement, ces méthodes n'ont pas permis aux éditeurs d'apporter la preuve à un instant T du respect des quotas fixés par le décret, quand bien même ces chiffres ne leur étaient demandés que pour deux jours de l'année.

#### - Une problématique accentuée en TVR

Alors que le respect de l'obligation relative aux quotas d'œuvres s'apprécie sur l'ensemble de l'année pour le service linéaire, elle s'apprécie en permanence sur le service de TVR. En raison de cette asymétrie, un respect de l'obligation sur le service de télévision ne garantira pas mécaniquement le respect de celle prévue pour le SMAD. Cela revient à créer à la charge des éditeurs de services de télévision une obligation supplémentaire, de nature différente, même pour ceux qui se conforment à leurs obligations en linéaire. Les éditeurs ont fait valoir que cette obligation serait en contradiction avec l'esprit de la directive *Services de médias audiovisuels* selon laquelle les SMAD doivent faire l'objet d'obligations plus souples.

#### *La spécificité de certains services thématiques*

Le décret ne prévoit pas de dispositions spécifiques pour les services spécialisés. Or, certaines déclarations indiquent que la thématique du service empêcherait, par nature, un respect des obligations d'exposition d'œuvres européennes et/ou d'expression originale française. Plusieurs éditeurs proposent par exemple des services qui regroupent majoritairement des œuvres non européennes (pour les services de V&D à l'acte : cinéma africain pour *Films d'Afrique* de la société Théma, mangas japonais pour le service *KAZE Play* de la société Kaze). Le respect des quotas se heurterait alors à l'objet même du service. Il en va de même pour l'éditeur de service dont l'objet consiste à valoriser le cinéma européen dans son ensemble (le service de Lobster films *Europa Film Treasures* par exemple) et qui, par conséquent, ne parviendrait pas à exposer suffisamment les œuvres d'expression originale française.

Cette problématique, qui n'est d'ailleurs pas spécifique à la diffusion non linéaire<sup>23</sup>, soulève la question de la pertinence d'obligations de cette nature imposées à ce type de services au regard du principe de diversité culturelle.

---

<sup>23</sup> Les services linéaires payants ont, dans leur convention, l'obligation de diffuser au moins 60 % d'œuvres européennes et 40 % d'œuvres EOF (Décret n° 90-66 du 17 janvier 1990 modifié relatif à la diffusion d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles à la télévision). Certains services payants thématiques peuvent bénéficier d'un allègement de ces quotas pour les œuvres audiovisuelles, en contrepartie de leur engagement d'investir davantage dans la production. Toutefois, la proportion des œuvres européennes ne peut être inférieure à 50 %.



### *c) Les difficultés relatives à l'obligation qualitative d'exposition des œuvres en page d'accueil*

La nécessité de respecter à tout moment l'obligation d'exposition des œuvres en page d'accueil a soulevé moins de problèmes que celle relative à la composition du catalogue, en tout cas si l'on se fonde sur la page d'accueil standard d'un service (c'est-à-dire sans personnalisation). Elle ne semble pas avoir posé de difficultés majeures, dans la mesure où la notion de « proportion substantielle » laisse une marge de manœuvre aux éditeurs.

#### *Une conception trop restrictive de la valorisation des œuvres en page d'accueil*

L'article 13 du décret cite, comme moyens d'exposition des œuvres en page d'accueil autres que « la seule mention du titre », l'exposition de visuels et la mise à disposition de bande annonces.

Pour certains éditeurs, la page d'accueil ne représente que l'un des points d'entrée vers leurs offres (par exemple, pour SFR et son service de V&D Club Vidéo). Ils regrettent cette conception trop restrictive alors que, sur leurs services, la mise en valeur des œuvres se fait aussi par l'éditorialisation et l'organisation du catalogue. Ces éditeurs considèrent qu'ils respectent l'esprit de la réglementation par la création de rubriques thématiques qui mettent en avant l'origine des œuvres (par exemple, la création d'une rubrique « comédies européennes » ou « films des Césars », accessible depuis le menu du service en page d'accueil et sur les autres pages).

À titre de comparaison, certains États membres de l'Union européenne ont opté pour une approche exclusivement qualitative de l'exposition des œuvres, fondée sur la notion de « présentation attrayante »<sup>24</sup>.

#### *Les freins au contrôle de la page d'accueil par l'éditeur*

##### *- Le rôle du distributeur dans l'éditorialisation de certains services*

Plusieurs déclarations pointent le manque de maîtrise par l'éditeur du contenu de son service mis à disposition par certains distributeurs, notamment dans le cas des services de TVR présents sur les boîtiers ADSL des fournisseurs d'accès à internet. Ces éditeurs (principalement de TVR) évoquent en particulier des contraintes relatives à l'exposition des œuvres en page d'accueil, sans que cela porte nécessairement atteinte au respect de l'obligation formulée par le décret. Ils mentionnent leur difficulté à intervenir sur le choix des programmes mis en avant en page d'accueil ou la limitation du nombre de programmes pouvant être proposés sur cette page. Le groupe Lagardère déclare ainsi que le contrôle mis en place pour son service *Gulli Replay* est rendu impossible lorsque l'accès au service a lieu par l'intermédiaire de la page d'accueil de certains distributeurs. Cette difficulté est toutefois à nuancer dans la mesure où certains éditeurs précisent bien que les distributeurs des services, qui contrôlent la présentation des programmes, sont tenus, par des engagements contractuels, au respect de la réglementation française.

---

<sup>24</sup> Cf. rapport du CSA de la Fédération Wallonie-Bruxelles (Belgique francophone) de juillet 2012. Les SMAD belges doivent ainsi mettre en évidence les œuvres elles-mêmes, que ce soit *via* leur interface de navigation ou les supports promotionnels et éditoriaux créés par l'éditeur : rubriques ou onglets dédiés à ces programmes, encarts publicitaires sur la page d'accueil ou références à des acteurs, des réalisateurs, voire des événements (festivals) européens dans les articles des magazines de ces services ou dans des publicités envoyées aux clients. Le CSA belge, chargé de contrôler la mise en œuvre de ce dispositif, prend en compte ces différents outils de valorisation mais aussi leur impact sur la consommation effective des œuvres.





- L'éditorialisation automatique de la page d'accueil

France Télévisions soulève la question de l'éditorialisation automatique qui existe sur la nouvelle version de sa plateforme de rattrapage Pluzz. Celle-ci a en effet été modifiée afin de permettre aux utilisateurs, grâce à une boîte à outils, de trouver plus facilement un contenu par date, par nom ou par recommandation (audience ou réseaux sociaux). Ainsi, la composition de la page d'accueil peut être fonction des choix effectués par le public et évolue automatiquement au fur et à mesure de l'arrivée de nouveaux contenus, sans intervention particulière de l'éditeur. La société indique que ce système est appelé à être étendu aux autres supports. Toutefois, le caractère automatique de l'éditorialisation fait partie de la stratégie commerciale de l'éditeur et ne pourrait être considéré comme un motif d'exonération du respect des obligations prévues par le décret.

### 3. Le respect des obligations financières prévues par le décret

#### a) Les éditeurs soumis aux obligations financières

##### *Les obligations financières prévues par le décret*

On rappellera que le décret n'est pas applicable à la contribution à la production d'œuvres audiovisuelles des services de TVR. En effet, la TVR constituant un prolongement du service linéaire dont elle est issue<sup>25</sup>, les dispositions du 14<sup>o</sup> bis de l'article 28 et du dernier alinéa du I de l'article 33-1 de la loi du 30 septembre 1986 prévoient expressément qu'en matière audiovisuelle, l'obligation de contribution à la production porte globalement sur le service linéaire et le service de TVR qui en est issu. En application de ces dispositions, les décrets n° 2010-416 du 27 avril 2010 et 2010-747 du 2 juillet 2010 prévoient que pour la contribution au développement de la production d'œuvres audiovisuelles, l'assiette sur laquelle doit porter le taux de la contribution est constitué du chiffre d'affaires (ou des ressources selon la nature du service) du service linéaire et des recettes du service de TVR.

Cette globalisation des obligations est également prévue en matière de contribution à la production d'œuvres cinématographiques des services de cinéma qui encaissent directement auprès des usagers du service le produit des abonnements. Un seul groupe est actuellement dans le champ de cette disposition, le groupe Canal+<sup>26</sup>.

Le décret du 12 novembre 2010 fixe le régime de la contribution à la production des autres services de médias audiovisuels à la demande.

---

<sup>25</sup> Les articles 19 des décrets n° 2010-416 du 27 avril 2010 et 2010-747 du 2 juillet 2010 précisent que, pour les dispositions relatives à la contribution à la production audiovisuelle, « les services de télévision de rattrapage ne sont pas regardés comme des services distincts des services de télévision dont ils sont issus ».

<sup>26</sup> Cf. articles 33 et 35 du décret n° 2010-747 du 2 juillet 2010.





Tableau 11 : obligations de financement prévues par le décret du 12 novembre 2010

	TVR	VàD	
		VàD à l'abonnement	VàD à l'acte
Seuils de déclenchement	Plus de 10 œuvres cinématographiques <sup>27</sup>	Plus de 10 œuvres cinématographiques ou plus de 10 œuvres audiovisuelles proposées annuellement	
	Pas de seuil financier	CA supérieur ou égal à 10 M €	
Contribution au développement de la production d'œuvres audiovisuelles	Ne relève pas du décret SMAD <sup>28</sup>  Incluse dans la contribution du service linéaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 15 à 26 % du CA doivent être investis dans la production d'œuvres européennes</li> <li>• 12 à 22 % du CA doivent être investis dans les œuvres d'expression originale française</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 15 % dans la production d'œuvres européennes</li> <li>• au moins 12 % dans la production d'œuvres d'expression originale française</li> </ul>
Contribution au développement de la production d'œuvres cinématographiques	Même taux que celui du service de télévision dont le service de TVR est issu	(en fonction du délai entre la sortie en salle et la mise à disposition sur le service)	(Respectivement sur les CA audiovisuel et cinéma)

(Source : CSA).

### *Les SMAD soumis à des obligations de contribution au développement de la production cinématographique et audiovisuelle*

Pour l'exercice 2011, seuls trois services ont dépassé le seuil de déclenchement des obligations financières, fixé à 10 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel net :

- Canal Play VOD (Canal +)
- Vidéo à la demande d'Orange (Orange France)
- Club vidéo (SFR)

Globalement, ces services ont respecté leurs obligations de contribution à la production d'œuvres. Les manquements relevés concernent les œuvres audiovisuelles EOF pour Orange et le fait que SFR ne fournit que des données agrégées.

<sup>27</sup> Étant précisé que le service de TVR ne sera pas soumis à l'obligation de contribution à la production d'œuvres cinématographiques si le service de télévision dont il est issu n'est pas lui-même soumis à l'obligation de contribution (c'est-à-dire s'il diffuse moins de 53 œuvres cinématographiques) dès lors que l'article 3 du décret du 12 novembre 2010 prévoit que le taux applicable au service de TVR est « *identique à celui auquel l'éditeur est soumis au titre de l'exploitation du service de télévision dont le service de télévision de rattrapage est issu* ».

<sup>28</sup> Le CA des services de TVR abonde l'assiette de l'obligation de contribution du service linéaire, sans seuil quant à la mise à disposition d'œuvres ; l'obligation du service de TVR, mise en commun avec celle du service linéaire dont il est issu relève donc du même taux que celle de ce service linéaire. Ne sera pas soumis à une obligation financière un service de TVR attaché à un service de télévision qui n'est pas soumis à l'obligation de contribution au développement de la production audiovisuelle.



Le tableau ci-dessous présente les montants que les trois services ont déclaré avoir dépensé au titre de leurs obligations.

**Tableau 5 : dépenses déclarées par les SMAD  
soumis aux obligations financières pour l'exercice 2011**

	<i>Montants déclarés en M€</i>					
	<b>Œuvres audiovisuelles</b>		<b>Œuvres cinématographiques</b>			
<i>services</i>	<i>européennes</i>	<i>dont EOF</i>	<i>européennes</i>	<i>dont EOF</i>	<i>Total œuvres européennes</i>	<i>dont œuvres EOF</i>
Canal Play VOD	0,422	0,377	2,098	1,633	2,520	2,010
SFR Club Vidéo	L'éditeur n'établit pas de distinction entre les types d'œuvres				3,371	2,503
Vidéo à la demande d'Orange	2,661	0,645	7,563	5,745	10,224	6,390
Total					16,115	10,903

*(Source : CSA).*

Ces montants sont constitués essentiellement de sommes versées par les éditeurs aux ayants droit pour l'accès dématérialisé à leur œuvre (article 7-I, 4° du décret). Un éditeur (SFR) a également effectué des dépenses de sous-titrage.

Au titre de l'exercice 2012, ces trois mêmes acteurs seront encore les seuls soumis à l'obligation de contribution, en raison de leur chiffre d'affaires supérieur au seuil financier exigé.

Le chiffre d'affaires du service de VàDA Filmo TV a dépassé 10 millions d'euros en 2012 ; par conséquent, ce service sera assujéti aux obligations de contribution au développement de la production audiovisuelle et cinématographique à compter de l'exercice 2013.

### ***b) La diversité des régimes applicables***

#### ***En ce qui concerne la TVR***

Les seuils de contribution fixés par la réglementation diffèrent en fonction de la nature des SMAD.

Alors que pour la TVR, aucun seuil financier de déclenchement des obligations n'est fixé et que le chiffre d'affaires (ou les recettes selon le décret applicable) est donc pris en compte « dès le premier euro », dans le cas de la VàD, en revanche, la contribution à la production ne s'applique qu'aux services dont le chiffre d'affaires dépasse 10 millions d'euros et qui diffusent plus de 10 œuvres audiovisuelles ou 10 œuvres cinématographiques par an. Or, la définition de la TVR exclut les contenus mis en ligne sans limitation de durée, les programmes autres que ceux diffusés sur le service linéaire, y compris ceux qui, bien que n'ayant pas été diffusés à l'antenne, contribuent directement à enrichir un programme donné (les « bonus »). Les éditeurs bénéficient de cette approche restrictive qui tend à sous-estimer leur chiffre d'affaires TVR, même si, pour le consommateur, leur offre dite de TVR ou de « replay » regroupe les programmes de rattrapage au sens du décret et bien d'autres.



### *En ce qui concerne la V à D*

Le Conseil avait plaidé pour un seuil de déclenchement élevé des obligations, afin de favoriser le développement des SMAD.

Cependant, pour certains acteurs qui ont entrepris de découper leur offre en plusieurs services, la probabilité d'atteindre le seuil de déclenchement des obligations demeure limitée. Si cette pratique était réellement motivée par la volonté de contourner les obligations, il en résulterait des pertes de recettes pour le financement de la création. L'abaissement du seuil pourrait en partie répondre à de telles pratiques, mais pourrait également pénaliser de manière indue certains acteurs.

#### *c) La difficulté pour certains éditeurs d'anticiper la consommation des œuvres*

Concernant l'obligation de contribution au développement de la production audiovisuelle et cinématographique, une difficulté particulière a été soulevée pour le service *Vidéo à la demande* d'Orange. Dans la mesure où, à ce jour, l'essentiel des dépenses réalisées à ce titre portent sur des versements aux ayants droit qui s'effectuent en fonction de la consommation effective des œuvres par le public, ces dépenses sont le reflet de leur consommation réelle et non de choix spécifiques de l'éditeur.

En dépit des efforts éditoriaux mis en œuvre pour promouvoir les œuvres EOF ou européennes, attestés éventuellement par le respect des quotas d'exposition, il a pu être constaté un manquement au respect de l'obligation de contribution au développement de la production, lié selon l'éditeur à une consommation moindre de ces œuvres.

Le Conseil avait appuyé de ses vœux la prise en compte par le décret des versements aux ayants droit au titre des dépenses, particulièrement adaptée à l'économie des SMAD. Il considère qu'il revient à l'éditeur, dans un cas tel que celui décrit par Orange, de recourir au besoin aux autres types de dépenses prévues par le décret pour respecter ses obligations.

## **C. Les difficultés relatives au contrôle, par le Conseil, de l'application du décret**

La mise en œuvre du contrôle des obligations a fait ressortir plusieurs difficultés liées à l'identification des services soumis au décret, en raison notamment de l'absence de formalité de déclaration des SMAD auprès du Conseil. La pratique du contrôle a également mis en évidence des situations qui n'avaient pas nécessairement été envisagées au moment de l'adoption de la réglementation et qui posent la question de la délimitation des services (la déclinaison de services en plusieurs versions de catalogue, notamment en fonction du support de diffusion, ou le développement de services proposant plusieurs modes de commercialisation). Ces problématiques relatives au périmètre des SMAD, qui ont dans certains cas des implications sur le montant des contributions financières, ont conduit le Conseil à préciser l'application qui devrait être faite de certaines dispositions du texte.



## 1. L'identification des services soumis au décret

### *a) Les difficultés liées au recensement des SMAD en l'absence de régime déclaratif*

Afin d'obtenir les premières déclarations annuelles sur le respect des obligations du décret pour l'exercice 2011, le Conseil a adressé en juin 2012 un courrier aux principales sociétés éditrices de SMAD, après un travail de recensement et de prise de contact. Cette première étape a nécessité de procéder à l'identification des services potentiellement soumis au décret, en pratique nombreux et de nature différente, et à la recherche d'informations précises sur ces derniers (coordonnées, établissement, etc.). Sur 67 sociétés destinataires du courrier, 16 sociétés ont considéré d'emblée leurs services comme exclus du champ d'application du décret et 7 sociétés n'ont pas répondu malgré plusieurs relances.

Une difficulté majeure a porté sur la méconnaissance du décret par de nombreuses sociétés contactées, celles-ci ayant souvent semblé découvrir leur qualité de SMAD et les dispositions les concernant au moment de la demande de bilan. Ainsi, l'absence de toute formalité de déclaration de ces services auprès du Conseil empêche une certaine pédagogie et information liminaire relatives au régime applicable, ainsi que le recensement aisé de ces services.

### *b) L'absence d'identification de certains SMAD*

La méconnaissance ou des difficultés d'interprétation du décret peuvent conduire certains services à ne pas transmettre leur bilan. Cette lacune provient de deux difficultés rencontrées par les éditeurs : identifier les services qui constituent des SMAD et se reconnaître en tant qu'éditeur. Elle demande au Conseil un travail de collecte et de recoupement des informations disponibles sur les services de chaque éditeur.

#### *Le service n'est pas toujours identifié comme SMAD par l'éditeur*

Un SMAD peut constituer l'objet d'un site internet qui lui est entièrement dédié, ou n'être qu'une partie d'un service en ligne, par exemple l'onglet vidéo d'un site internet. Dans ce cas, les responsables de ce service n'ont pas toujours conscience de leur statut d'éditeur. À titre d'exemple, un groupe de télévision a centré le bilan de ses obligations sur le principal site internet du groupe, omettant d'évoquer les autres sites internet vers lesquels renvoie ce site (sites internet dédiés à une chaîne ou à un programme-phare) et qui répondent à la définition de SMAD.

#### *Le renvoi de la responsabilité éditoriale entre un éditeur de SMAD et son distributeur*

Plusieurs déclarations évoquent le manque de maîtrise par l'éditeur du contenu proposé par le distributeur du service. Un éditeur qui souhaite mettre à disposition son offre en IPTV doit souvent s'adapter à un certain nombre de contraintes imposées par le distributeur (taille du catalogue, configuration de la page d'accueil...). Lorsque ces contraintes sont considérées comme une intervention éditoriale forte, un doute peut se créer sur l'identité de l'éditeur. Ce flou sur le partage des rôles entre l'éditeur et le distributeur dans l'exercice de la responsabilité éditoriale aboutit parfois à l'absence de fourniture de bilan, chacun considérant l'autre comme éditeur.



Un problème similaire se pose dans le cas des services de VàD fournis sous « marque blanche » : un éditeur crée un service de VàD et le fournit clé-en-main à un second acteur qui le reprend sous son propre nom, comme c'est le cas du service créé par Filmoline et commercialisé par Orange sous l'appellation *Livebox Star*.

Les premières analyses des déclarations pour l'exercice 2012 confirment ces incertitudes et voient émerger, dans le vocabulaire utilisé par certains acteurs, la notion de « coédition ». Ce concept, qui n'est pas reconnu juridiquement, doit être appréhendé avec prudence, en distinguant la pratique des conséquences juridiques qu'elle pourrait impliquer. On notera que cette notion peut recouvrir la réalité de pratiques entre un éditeur et un distributeur mais aussi entre deux éditeurs ; l'analyse porte ici sur le premier cas.

Juridiquement, l'édition est définie par le contrôle de la sélection et de l'organisation du catalogue.

En pratique, certains acteurs indiquent parfois éditer un service en partenariat avec un distributeur ou renvoient la responsabilité éditoriale sur celui-ci. Ce dernier joue fréquemment, dans la mise à disposition des programmes, un rôle proche de celui attribué à l'éditeur : choix des films mis en avant, organisation du catalogue, etc.

La pratique semble révéler plusieurs modes de répartition des tâches entre éditeur et distributeur. Dans les faits, ils peuvent choisir :

- de partager leurs tâches dans le domaine de l'éditorialisation (par exemple, le choix des contenus revient à l'éditeur et l'organisation de la page d'accueil et du catalogue au distributeur) ;
- de confier l'ensemble à l'un des deux acteurs.

En droit, à l'heure actuelle, seul importe le contrôle de ces deux activités. Ainsi, quel que soit en pratique celui qui sélectionne ou organise le catalogue, c'est celui qui contrôle ces activités qui est l'éditeur et seul un de ces deux acteurs peut être reconnu comme tel. La répartition des tâches entre éditeur et distributeur relève des termes du contrat conclu entre eux et doit, conformément à la loi, désigner un seul de ces deux acteurs comme responsable éditorial. Le Conseil est disposé à reconnaître en pratique tous ces modes de répartition, dès lors que les acteurs s'accordent à l'occasion de la remise de leur bilan annuel sur celui d'entre eux qui porte la responsabilité éditoriale.

Ces pratiques pourraient poser à terme la question du concept même de responsabilité éditoriale et conduire à s'interroger sur des évolutions juridiques consacrant la possibilité :

- d'un régime de responsabilité scindant les obligations ;
- d'un régime de responsabilité solidaire (éditeur et distributeur seraient conjointement solidaires des obligations).

Dans le premier cas, différentes hypothèses de partage des responsabilités peuvent être envisagées, en fonction des situations :

- un découpage par exemple entre les obligations financières (pour l'éditeur) et les obligations d'exposition (pour le distributeur) ;



- ou encore un découpage, au sein même des obligations d'exposition, entre celles relatives à la sélection des programmes (les obligations en fonds de catalogue revenant à l'éditeur) et celles portant sur l'organisation du catalogue (les obligations d'exposition en page d'accueil revenant au distributeur).

### *Précision apportée par le Conseil*

La répartition des tâches entre l'éditeur et le distributeur relève des contrats qui lient les deux parties, l'éditeur étant, aux termes de la loi, celui qui contrôle la sélection et l'organisation du catalogue.

Concernant les services dits en « marque blanche », le Conseil considère comme éditeur celui qui commercialise un service existant en y apposant son nom, sauf démonstration contraire des acteurs intéressés.

### *c) L'imprécision des déclarations sur la prise en compte de certains modes de mise à disposition*

#### *Les services proposant du téléchargement définitif*

Certains éditeurs de services proposant l'acquisition d'un programme ou d'un film par téléchargement définitif, procédé qui permet au consommateur de conserver une copie numérique, jugent que cette activité relève du commerce de vidéos et, à ce titre, n'est pas soumise aux obligations incombant aux SMAD.

Le Conseil a toutefois considéré que cette activité était susceptible de répondre à la définition d'un SMAD figurant dans la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, lorsqu'elle permet le visionnage de programmes au moment choisi par l'utilisateur et sur sa demande.

Le Conseil a recueilli l'avis de la Commission européenne sur cette question. La Direction générale Réseaux de communication, contenu et technologies de la Commission européenne a répondu, par courrier du 27 mars 2013, qu'un tel service peut être à la fois soumis aux exigences de la directive SMA et à celles de la directive sur le commerce électronique<sup>29</sup>.

#### *Les sites de partage proposant des contenus ne provenant pas d'utilisateurs privés*

L'article 2 de la loi du 30 septembre 1986 exclut de la définition des SMAD les services « consistant à fournir ou à diffuser du contenu audiovisuel créé par des utilisateurs privés à des fins de partage et d'échanges au sein de communautés d'intérêt ». Or, de plus en plus de sociétés éditrices proposent leurs contenus audiovisuels sur des sites de partage de vidéos. C'est notamment le cas de Dailymotion, où tout détenteur de droits vidéo peut ouvrir un compte *Official User* afin de partager son catalogue, et également de YouTube.

Le Conseil relève que certaines sociétés n'ont pas tenu compte, dans le bilan de leurs obligations, des contenus qu'elles ont mis en ligne sur des sites de partage de vidéos.

<sup>29</sup> «Le mode de paiement et le fait que l'abonné acquiert un certain nombre de copies pouvant être transférées sur d'autres supports sont sans pertinence quant à la qualification du service », Direction générale des communications en ligne, contenus et technologies de la Commission européenne.



### *Précision apportée par le Conseil*

Il importe que les éditeurs de SMAD, lorsqu'ils procèdent à la déclaration de leur chiffre d'affaires de façon à déterminer l'assiette de leurs obligations financières, prennent en compte les catalogues mis à disposition sur les sites de partage de vidéos en :

- incluant les recettes issues de la monétisation de ces catalogues dans le chiffre d'affaires global du service ;
- ou en fournissant une déclaration complète s'ils considèrent que le catalogue mis à disposition sur les sites de partage de vidéo est un service à part entière.

### *d) La qualification de certains services en ligne proposant notamment des catalogues de vidéos*

L'évolution des services et des activités audiovisuelles en ligne pose parfois aux régulateurs européens des questions de qualification de certains services, notamment sous l'angle de la délimitation des champs respectifs de la communication au public en ligne et de la communication audiovisuelle qui relèvent de deux directives distinctes : la directive sur le commerce électronique et la directive sur les services de médias audiovisuels (directive SMA).

Des considérations technologiques, éditoriales et économiques conduisent les divers groupes de médias (télévision, radio, presse, etc.) à diversifier leurs activités. Ils développent des stratégies innovantes sur internet qui les amènent à proposer des offres de contenus à visionner en ligne de plus en plus riches.

Ces modifications sont importantes en termes d'enjeux pour les acteurs concernés et elles sont relativement rapides et en constante évolution. Peut être citée à titre d'exemple l'intensification de la mise en ligne de vidéos sur les sites internet des radios et de presse en ligne.

Le Conseil suit donc avec attention ces évolutions, afin d'appréhender avec les acteurs concernés leurs implications, notamment sous l'angle de la régulation, dès lors qu'au sens de la directive SMA et de la loi du 30 septembre 1986, c'est la nature des services proposés qui prime et non la nature des acteurs qui en sont à l'origine.

## **2. La délimitation des services**

### *a) Les difficultés de délimitation des services en fonction de leur catalogue*

La plupart des SMAD établis en France sont disponibles sur plusieurs supports (internet, boîtiers ADSL des fournisseurs d'accès à internet, ordiphones, tablettes, etc.). Des différences notables peuvent être relevées entre les versions d'un même service, et le Conseil a constaté que les éditeurs pouvaient proposer des catalogues différents notamment selon les supports de diffusion. Alors que certains déclarent un service et donc un chiffre d'affaires pour chaque version du catalogue, d'autres ne mentionnent qu'un seul service pour l'ensemble des mises à disposition. De même, en fonction de leur interprétation, des éditeurs justifient du respect des obligations d'exposition pour chaque version du catalogue et d'autres pour l'ensemble des versions du catalogue, en prenant par exemple en compte celui qui est le plus complet et qui correspond généralement à la version en ligne du service.





Ces différentes approches rendent complexe l'exercice du contrôle du respect des obligations. Ce raisonnement peut être étendu aux offres déclinant plusieurs versions d'un catalogue avec différentes options tarifaires, afin de pouvoir agréger les différents chiffres d'affaires. Par exemple, un éditeur déclare trois services de VàD par abonnement pour l'exercice 2011, dont aucun ne dépasse le seuil des 10 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel net. Cependant, le total des chiffres d'affaires des trois services est supérieur à ce seuil. Certes, le prix de l'abonnement à chacune de ces offres est différent, et varie selon le nombre de « chaînes thématiques »<sup>30</sup> auxquelles on s'abonne. Cependant, à l'image du régime de déclinaisons appliqué aux chaînes de télévision, figurant au 14° de l'article 28 et à l'avant dernier alinéa du I de l'article 33-1 de la loi du 30 septembre 1986, dans un tel cas, la question se pose de l'agrégation de ces différents chiffres d'affaires.

#### *Précision apportée par le Conseil*

En ce qui concerne leurs obligations financières, le Conseil a demandé aux éditeurs, dans le cadre des déclarations pour l'exercice 2012, de déclarer le chiffre d'affaires consolidé pour l'ensemble des déclinaisons de leur catalogue.

En ce qui concerne les obligations d'exposition en catalogue et en page d'accueil, il a demandé que ces éditeurs respectent ces obligations pour chaque déclinaison et fassent au besoin une déclaration distinguant chaque version de catalogue.

#### *b) Les services mixtes*

Le chapitre I du décret, relatif à la contribution au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, distingue trois catégories de services : la TVR, la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) et les services « autres ». Les obligations financières de contribution à la production varient selon le type de service et son mode de commercialisation, en termes de seuil et de taux.

Cette complexité ressort dans certaines déclarations avec l'identification d'offres « mixtes » combinant différentes catégories de services (TVR et VàD gratuite ou VàD payante à l'acte et VàD gratuite, etc.). Par exemple, le service *Filmo TV* propose simultanément une offre de VàD à l'acte et par abonnement. Même si de nombreux éditeurs ont privilégié une approche globale de leurs services, des divergences ont été relevées dans les déclarations s'agissant des chiffres d'affaires. Par exemple, certains éditeurs ne mentionnent qu'un seul chiffre d'affaires global et d'autres deux chiffres d'affaires en considérant qu'il s'agit de services distincts.

---

<sup>30</sup> Free organise son service de VàDA FHV en plusieurs « chaînes thématiques » qui regroupent des programmes selon leur thématique : action, frisson, passion, culte, family, Real TV, gold, adulte, mangas, musique, Kulturama, Kids and Co, Fight and co, Bollywood, Shaw Bros, Africa, China...





### *Précision apportée par le Conseil*

En ce qui concerne les obligations financières, il convient que les éditeurs déclarent un chiffre d'affaires par service, puisque le fait d'appartenir à l'une ou l'autre de ces catégories visées par le décret entraîne des obligations différentes en termes de taux de contribution à la production :

- TVR (art. 3 du décret) ;
- VàD par abonnement (art. 4 du décret) ;
- VàD à l'acte et autres (art. 5 du décret) ;

En ce qui concerne les obligations d'exposition, le Conseil accepte, lorsque les œuvres relevant de catégories d'offres différentes sont présentées sur les mêmes pages du site internet, que la partie de la déclaration consacrée aux obligations d'exposition soit commune à l'ensemble ainsi constitué.

### *c) Les difficultés liées à des acceptions différentes de la notion de TVR par les éditeurs*

Le décret définit comme services de télévision de rattrapage (TVR) les SMAD « *permettant de regarder, pendant une durée limitée, des programmes diffusés sur un service de télévision* ». **Deux critères** de qualification de la TVR sont ainsi retenus :

- la diffusion préalable sur l'antenne du service linéaire. Ce critère exclut, de fait, les bonus et autres programmes de complément. En revanche, il n'est pas précisé que le programme doit être repris en intégralité : cela signifie que les extraits de programmes diffusés à l'antenne sont inclus dans la définition ;
- le caractère limité de la durée de mise à disposition. Cela exclut, *a priori*, les programmes mis à disposition pour une durée indéterminée sur un service (il s'agit le plus souvent de programmes autoproduits par l'éditeur ou de non-œuvres, qui sont dès lors considérés comme de la VàD).

Or, l'appartenance d'un service à l'une ou l'autre des catégories (TVR ou VàD) emporte des régimes différents de contribution à la production d'œuvres.

Il ressort des déclarations des éditeurs des acceptions différentes de la notion de TVR :

- la plupart adoptent une approche globale du service. Ils ne requalifient pas en VàD les programmes qui ne répondraient pas à la stricte définition de la TVR ;
- à l'inverse, d'autres excluent du champ de la TVR certains contenus diffusés à l'antenne, voire tout le service, en le requalifiant en VàD. Ainsi, deux éditeurs de chaînes de télévision ont qualifié de VàD des services consistant en la reprise des programmes diffusés à l'antenne du service linéaire mais proposés sans limitation de temps. Un autre éditeur a isolé un chiffre d'affaires de plusieurs millions d'euros pour les programmes de VàD gratuite disponibles sur son service de TVR. Si ces interprétations semblent conformes à la lettre du décret, elles le semblent moins à la perception que peut avoir l'utilisateur d'un service de TVR. L'enjeu dans un tel cas porte sur le fait que les recettes en question ne viennent pas abonder l'assiette de la chaîne, et ne contribuent pas au financement de la création si elles restent inférieures au seuil de déclenchement des obligations pour les services de VàD.



### 3. La proportionnalité du décret

Certaines dispositions du décret engendrent pour les SMAD une contrainte supérieure à celle supportée par les services linéaires.

#### a) Concernant les seuils de déclenchement des obligations en nombre d'œuvres

Concernant le nombre d'œuvres proposées annuellement sur le service, le décret impose des obligations financières aux services proposant au moins 10 œuvres (article 1) et des obligations d'exposition à ceux qui en proposent au moins 20 (article 11). L'existence de seuils de déclenchement différents implique tout d'abord que des services peuvent être soumis à un type d'obligation et pas à l'autre, ce qui multiplie les vérifications à effectuer auprès des éditeurs qui déclarent se situer en deçà du seuil.

Mais au-delà d'une uniformisation des taux qui semble souhaitable, il apparaît que le seuil de déclenchement des obligations de production des SMAD est plus bas que celui retenu pour les services linéaires<sup>31</sup> (il s'agit pour les obligations de production d'œuvres audiovisuelles de la programmation annuelle d'au moins 20 % d'œuvres audiovisuelles et pour les obligations de production d'œuvres cinématographiques, de la diffusion d'au moins 52 films par an pour 104 diffusions). Il soumet donc au respect du décret des services dont le nombre d'œuvres proposé est très faible.

#### b) Concernant l'obligation de respecter les obligations d'exposition « à tout moment »

De même, les obligations d'exposition s'appliquent aux SMAD de façon permanente, tandis que les quotas de diffusion imposés aux chaînes de télévision s'apprécient sur la base d'une moyenne annuelle. Les possibilités offertes aux SMAD de lisser dans le temps leurs obligations sont nettement limitées au regard de celles dont disposent les services linéaires.

### 4. La complexité du dispositif de contribution de la TVR au développement de la production d'œuvres

Les obligations de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques des services de TVR ne relèvent pas des mêmes textes et n'ont pas le même régime. Ainsi, alors que la contribution à la production d'œuvres audiovisuelles est incluse dans celle du service linéaire, celle relative à la production d'œuvres cinématographiques ne l'est pas. Il semblerait cohérent d'appliquer le même régime à ces deux contributions et de faire en sorte qu'en matière cinématographique également, l'obligation de contribution à la production porte globalement sur le service linéaire et sur le service de TVR et, qu'ainsi, l'assiette de contribution intègre les recettes liées à l'exploitation du service de TVR.

---

<sup>31</sup> Sur ces services, le seuil n'est pas compté en nombre d'œuvres mais en part de la programmation, ce qui correspond dans les faits à des niveaux supérieurs.



## Récapitulatif des précisions apportées par le Conseil

- La répartition des tâches entre l'éditeur et le distributeur relève des contrats qui lient les deux parties, l'éditeur étant, aux termes de la loi, celui qui contrôle la sélection et l'organisation du catalogue. Concernant les services dits en « marque blanche », le Conseil considère comme éditeur celui qui commercialise un service existant en y apposant son nom, sauf démonstration contraire des acteurs intéressés.
- Il importe que les éditeurs de SMAD, lorsqu'ils procèdent à la déclaration de leur chiffre d'affaires de façon à déterminer l'assiette de leurs obligations financières, prennent en compte les catalogues mis à disposition sur les sites de partage de vidéos :
  - en incluant les recettes issues de la monétisation de ces catalogues dans le chiffre d'affaires global du service ;
  - ou en fournissant une déclaration complète s'ils considèrent que le catalogue mis à disposition sur les sites de partage de vidéo est un service à part entière.
- En ce qui concerne leurs obligations financières, le Conseil a demandé aux éditeurs, dans le cadre des déclarations pour l'exercice 2012, de déclarer le chiffre d'affaires consolidé pour l'ensemble des déclinaisons de leur catalogue. En ce qui concerne les obligations d'exposition en catalogue et en page d'accueil, il a demandé que ces éditeurs respectent ces obligations pour chaque déclinaison et fassent au besoin une déclaration distinguant chaque version de catalogue.
- En ce qui concerne les obligations financières, il convient que les éditeurs de services mixtes déclarent un chiffre d'affaires par service, puisque le fait d'appartenir à l'une ou l'autre de ces catégories visées par le décret entraîne des obligations différentes en termes de taux de contribution à la production :
  - TVR (art. 3 du décret) ;
  - V&D par abonnement (art. 4 du décret) ;
  - V&D à l'acte et autres (art. 5 du décret) ;En ce qui concerne les obligations d'exposition, le Conseil accepte, lorsque les œuvres relevant de catégories d'offres différentes sont présentées sur les mêmes pages du site internet, que la partie de la déclaration consacrée aux obligations d'exposition soit commune à l'ensemble ainsi constitué.





## II. Une évolution souhaitable de la régulation des SMAD

Le bilan présenté en partie I conduit à recommander une évolution du cadre juridique applicable aux SMAD. Tout d'abord, une clarification du périmètre des services visés paraît souhaitable, de même qu'un assouplissement des obligations qui leur sont imposées. Au-delà de la modification du décret, le Conseil entend également formuler des propositions qui lui paraissent susceptibles d'améliorer la compétitivité des SMAD édités en France. Ces mesures concernent, d'une part, les règles encadrant la chronologie des médias, à savoir l'accord professionnel du 6 juillet 2009 pour le réaménagement de la chronologie des médias et l'arrêté du 9 juillet 2009 pris en application de l'article 30-7 du Code du cinéma et de l'image animée, et, d'autre part, l'environnement économique de ces services.

### A. Clarifier et simplifier la régulation des SMAD

À l'issue du premier exercice de suivi des obligations des éditeurs de SMAD dont le bilan est présenté en partie I, le Conseil a lancé le 30 avril 2013 une consultation publique auprès de ces éditeurs, conformément aux dispositions du décret<sup>32</sup>. En réponse, 19 contributions ont été reçues par le Conseil (dont huit émanant d'éditeurs de SMAD, neuf d'organismes professionnels et deux d'acteurs divers). Cette consultation a permis de mieux identifier les sujets qui appellent des aménagements et, plus largement, de recueillir l'avis des acteurs sur la régulation appliquée aux SMAD (une synthèse des réponses à cette consultation publique figure en annexe du présent rapport).

Les propositions qui figurent dans la présente partie résultent non seulement de la consultation publique mais aussi des évaluations propres du Conseil.

En premier lieu, il s'agit de définir plus clairement le périmètre des services auxquels s'applique le décret. Il s'agit, ensuite, d'alléger certaines modalités du décret lui-même.

#### 1. Mieux identifier les SMAD par l'instauration d'un régime déclaratif

Le bilan de la première année d'application du décret montre que le contrôle des obligations contraint en pratique le CSA à identifier les services soumis au décret. Cette procédure s'avère complexe, en raison du nombre de services et de la nécessité de disposer d'informations homogènes.

Si dans son avis sur la transposition de la directive SMA en 2008, le Conseil n'avait pas jugé nécessaire de préconiser une obligation de déclaration des SMAD, ceci provenait du fait qu'il suggérait alors l'adoption de règles beaucoup plus souples que pour les services linéaires. Les obligations finalement retenues par le décret justifient un recensement

---

<sup>32</sup> L'article 22 du décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande prévoit que « dans un délai compris entre dix-huit et vingt-quatre mois à compter de l'entrée en vigueur du présent décret, le Conseil supérieur de l'audiovisuel transmet au Gouvernement, après avoir procédé à une consultation publique, un rapport sur l'application des dispositions du présent décret et propose, le cas échéant, les modifications destinées à les adapter à l'évolution des services de médias audiovisuels à la demande et aux relations entre les éditeurs de ces services, les producteurs et les auteurs. »



préalable et une délimitation des services, en lien avec les acteurs concernés. Cet exercice faciliterait en effet le contrôle des obligations. À cet égard, la première année de contrôle a révélé le souhait des éditeurs, généralement soucieux du respect d'une réglementation nouvelle et complexe, de procéder à des échanges en amont avec le Conseil.

Lors de la consultation, deux organisations professionnelles (USPA, ROC) ont suggéré cette solution. Quant à la mission Lescure, elle évoque également cette mesure, sans la rappeler cependant dans les propositions finales du rapport, préférant recommander un mécanisme de conventionnement. Le Conseil considère qu'un régime déclaratif est un complément au conventionnement (évoqué ci-après dans ce rapport) dont il constitue le socle minimal.

Une obligation de déclaration des SMAD n'exonérerait évidemment pas le Conseil d'une veille du secteur, un régime de déclaration obligatoire ne garantissant pas à lui seul que tous les éditeurs se déclarent. Par ailleurs, un régime de déclaration n'est en aucune manière un régime d'autorisation préalable, tel qu'il est appliqué pour les services diffusés par voie hertzienne terrestre notamment.

Dans son rapport annuel 2012, le Conseil avait suggéré une modification législative introduisant une procédure de déclaration des éditeurs de SMAD.

### **Le Conseil avait proposé d'introduire dans la loi une obligation de déclaration des SMAD**

La loi n° 2013-1028 du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public introduit en son article 24 une obligation aux éditeurs de SMAD de se déclarer auprès du Conseil. Ainsi, le II de l'article 33-1 de la loi du 30 septembre 1986 soumet dorénavant à déclaration préalable les SMAD qui sont distribués par un réseau n'utilisant pas des fréquences assignées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Si cette obligation devrait permettre de faciliter la délimitation du périmètre des services, elle ne suffira pas à elle seule à régler les problèmes liés à leur identification. Le Conseil entend donc poursuivre à cette fin la pédagogie engagée avec les nouveaux acteurs, afin de rendre cette mesure effective.

## **2. Mettre en commun les obligations de production des services autres que de TVR édités par une même société**

Afin de donner plus de souplesse aux éditeurs de services dans la gestion de leurs investissements et afin de faire contribuer l'ensemble des SMAD appartenant à un même groupe au développement de la production audiovisuelle et cinématographique, le Conseil propose de modifier le dispositif de contribution au développement de la production en instaurant la mise en commun des obligations de l'ensemble des services de médias audiovisuels à la demande autres que de télévision de rattrapage<sup>33</sup>, dépendant d'un même groupe éditeur.

<sup>33</sup> Pour rappel, le chiffre d'affaires des services de télévision de rattrapage est aujourd'hui intégré à l'assiette de contribution des éditeurs de services linéaires dont ils dépendent pour la contribution à la production audiovisuelle. Le Conseil propose par ailleurs qu'il en soit de même pour la contribution à la production cinématographique.



Ainsi, les obligations de l'éditeur porteraient sur la somme des chiffres d'affaires des différents services qu'il propose, quel que soit le chiffre d'affaires de ces derniers. En effet, le Conseil a constaté qu'un même groupe audiovisuel peut éditer plusieurs services de médias audiovisuels à la demande, dont les chiffres d'affaires pris isolément sont inférieurs à 10 millions d'euros, ce qui les exonère à ce jour des obligations de contribution. N'entreraient pour autant dans la mise en commun que les services mettant à disposition le nombre d'œuvres minimal requis. Le seuil financier de déclenchement des obligations de contribution s'apprécierait sur la somme des chiffres d'affaires des services concernés. Ce seuil devrait dès lors être sensiblement rehaussé.

Les obligations du groupe, respectivement en matière de production audiovisuelle et en matière de production cinématographique, seraient égales à la somme des obligations applicables à chacun des services dans leur cadre réglementaire respectif. Il en résulterait pour le groupe des montants minimaux à investir d'un côté dans la production d'œuvres cinématographiques, de l'autre dans la production d'œuvres audiovisuelles en proportion des parts relatives de ces deux genres sur les différents services.

Le respect des obligations serait assuré par l'ensemble des dépenses effectuées par le groupe éditeur des services concernés. Cette proposition aurait pour effet de lui apporter une pleine souplesse dans la réalisation de ses obligations grâce aux dépenses cumulées des différents services indépendamment de ce que chaque service isolément a effectivement réalisé<sup>34</sup>.

L'appréciation du seuil financier de déclenchement au niveau de l'éditeur de l'ensemble des services concernés présenterait l'avantage, pour le secteur de la création, de mieux appréhender l'ensemble des services appartenant à un même groupe, quels que soient leurs chiffres d'affaires respectifs (sous réserve que chaque service dépasse le seuil requis en nombre d'œuvres).

Par ailleurs, le rehaussement du seuil constituerait une mesure favorable au développement économique des SMAD n'appartenant pas à un groupe éditant plusieurs SMAD. Ce développement, à terme, aura des effets positifs sur le financement de la création, l'activité de ces services donnant lieu, d'ici là et en tout état de cause, à rémunération des ayants droit.

---

<sup>34</sup> Ainsi par exemple, dans un groupe qui éditerait deux services de VàD, l'un consacré à la création française et l'autre aux mangas japonais, les dépenses importantes réalisées en faveur des œuvres européennes ou d'expression originale française pour le premier service compenseraient les faibles dépenses du second en la matière.



### **Proposition**

**Prévoir que la contribution de l'éditeur au développement de la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques porte globalement sur l'ensemble des SMAD qu'il édite ou qui sont édités par ses filiales ou les filiales de la société qui le contrôle au sens de l'article L. 233-3 du code de commerce<sup>35</sup>.**

Cette mesure impliquerait de :

- modifier s'il y a lieu les articles 27 et 33-2 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, afin d'instaurer ce régime de mise en commun obligatoire de la contribution au développement de la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques ;
- créer, dans le décret, un article instaurant la mise en commun de la contribution d'un éditeur sur l'ensemble des SMAD qu'il édite ou qui sont édités par ses filiales ou les filiales de la société qui le contrôle au sens de l'article L. 233-3 du code de commerce ;
- modifier l'article 1<sup>er</sup> du décret n° 2010-1379, afin d'élever sensiblement le seuil financier de déclenchement de l'obligation de contribution au développement de la production audiovisuelle et cinématographique.

### **3. Simplifier les obligations**

Le Conseil considère qu'il pourrait être opportun, à terme, de simplifier les catégories de SMAD fixées par le décret, en définissant seulement deux types de service : la télévision de rattrapage et la vidéo à la demande (à l'acte ou par abonnement), au lieu des trois catégories actuelles fixées par le décret (la TVR, la VàD par abonnement et les autres types de VàD).

La consultation a cependant mis en évidence la réticence d'une partie des éditeurs et des organisations professionnelles à fusionner les régimes de la VàD à l'acte et de la VàD par abonnement, dès lors que celles-ci relèvent d'un modèle économique et d'une chronologie des médias distincts.

Le Conseil a tenu compte de ces réserves, bien qu'il considère qu'à plus long terme une telle simplification s'impose. Le respect de la chronologie des médias propre à la VàD d'une part, et à la VàDA d'autre part, auxquels les acteurs sont attachés, ne serait pas remis en cause par une éventuelle fusion des catégories de VàD et de VàDA définies par le décret SMAD. En effet, la chronologie des médias des SMAD est fixée dans le cadre d'accords interprofessionnels, indépendamment de toute définition introduite par le décret SMAD, et peut par conséquent être maintenue après une modification des catégories du décret.

---

<sup>35</sup> L'article 40-3 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication définit le contrôle comme suit : « Toute personne physique ou morale qui contrôle, au regard des critères figurant à l'article L. 233-3 du code de commerce, une société titulaire d'autorisation ou a placé celle-ci sous son autorité ou sa dépendance est regardée comme titulaire d'une autorisation [...] ».





Indépendamment de la modification des catégories du décret, deux mesures permettraient de simplifier le périmètre des obligations : d'une part, l'intégration de toutes les recettes de la TVR au sein de la contribution de la chaîne, d'autre part l'unification des seuils prévus par le décret.

*a) Intégrer toutes les recettes de la TVR au sein de la contribution du service linéaire*

La majorité des participants à la consultation ont adhéré à la proposition du Conseil d'intégrer les ressources des services de TVR à l'assiette de la contribution du service linéaire à la production d'œuvres cinématographiques, comme c'est déjà le cas pour le calcul de la contribution à la production audiovisuelle.

Le BLOC rappelle qu'il n'existe dans aucun pays un accord de diffusion des films de cinéma en TVR gratuite, et que, par conséquent, seules les chaînes payantes seraient pour l'instant concernées par une telle mesure. Il indique être en désaccord avec la proposition du Conseil s'agissant de la TVR gratuite. La diffusion de films en TVR gratuite constitue selon lui un mode d'exploitation spécifique devant faire l'objet de modalités définies par des accords professionnels et nécessitant une autorisation expresse du producteur et un prix spécifique. Toutefois, l'intégration de la contribution des services de TVR à la production d'œuvres cinématographiques au sein de la contribution du service linéaire pourrait favoriser la définition de telles modalités de diffusion de films propres à la TVR gratuite.

**Proposition**

**Il est proposé de prévoir que les obligations de contribution à la production d'œuvres cinématographiques d'un éditeur portent globalement sur le service de télévision et le service de TVR qui en est issu.**

Cette mesure consisterait à modifier le paragraphe 14° bis de l'article 28 et le dernier alinéa du I de l'article 33-1 de la loi du 30 septembre 1986 et ainsi que les dispositions des décrets 2010-416 du 27 avril 2010, et 2010-747 du 2 juillet 2010 et n° 2010-1379 du 12 novembre 2010.

*b) Unifier les seuils prévus par le décret*

L'exercice du contrôle des services soumis au décret pour l'année 2011 a mis en lumière l'hétérogénéité des seuils de déclenchement des obligations en nombre d'œuvres pour la V&D et a montré qu'ils soumettaient aux obligations du décret des services dont l'offre d'œuvres était très faible. Le nombre d'œuvres déclenchant les obligations financières (10 œuvres audiovisuelles ou 10 œuvres cinématographiques) est d'ailleurs inférieur à celui donnant lieu à l'obligation d'exposition (20 œuvres) et il est peu en phase avec le chiffre d'affaires déclenchant les obligations financières (10 millions d'euros) : un service doit vraisemblablement offrir plus de 10 œuvres audiovisuelles ou plus de 10 films pour atteindre 10 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Dans le cadre de la consultation publique sur l'application du décret SMAD, le Conseil a interrogé les acteurs sur l'opportunité d'adopter un seuil de déclenchement unique pour les obligations financières et les obligations d'exposition, ainsi que sur l'opportunité de relever ce seuil.



Si une large majorité des participants à la consultation publique est favorable à l'adoption d'un seuil unique, leurs avis divergent quant à la façon de parvenir à cette harmonisation.

De nombreux contributeurs (principalement des organisations professionnelles représentant les ayants droit) sont favorables à un abaissement du seuil afin d'éviter tout contournement des obligations financières. La plupart d'entre eux (USPA/SPFA, BLOC) proposent un alignement sur le seuil de déclenchement de ces obligations financières, soit 10 œuvres.

D'autres contributeurs (ACCeS, France Télévisions, M6) suggèrent au contraire un relèvement du seuil à 20 œuvres, de façon à ne pas affaiblir la compétitivité des services établis en France par des obligations excessives, tandis qu'un éditeur (TV5 Monde) propose un relèvement à hauteur de 52 œuvres, soit le seuil appliqué pour le déclenchement des obligations de contribution au développement de la production cinématographique des chaînes de télévision.

Afin de n'assujettir aux dispositions du décret SMAD que les services proposant de façon régulière des œuvres, il serait opportun de relever à 52 œuvres le seuil de déclenchement des obligations d'exposition du décret SMAD. Pour autant, la consultation publique n'ayant pas permis d'observer de consensus à ce sujet, il est proposé, dans un premier temps, de relever le seuil de déclenchement à seulement à 20 œuvres, et d'envisager à plus long terme un relèvement plus conséquent.

#### *Proposition*

**Adopter le même seuil de 20 œuvres pour le déclenchement des obligations financières et des obligations d'exposition du décret SMAD.**

#### **4. Créer un régime de déclinaison pour les SMAD**

Le bilan de la première année d'application du décret a souligné le cas des services qui se déclinent en plusieurs versions, destinées chacune à un support de diffusion ou à un distributeur particulier.

Le Conseil propose que soit considéré comme un service unique la mise à disposition d'un catalogue principal ainsi que la mise à disposition d'une partie de ce catalogue principal, quelles qu'en soient les modalités de mise à disposition.

Les obligations de contributions financières porteraient alors globalement sur le service tandis que les autres obligations, notamment les obligations d'exposition, porteraient sur le catalogue principal, ainsi que sur chacune des parties de ce catalogue mises à disposition par l'éditeur.

Certes, l'utilité de cette proposition est moins évidente si celle sur la mise en commun des obligations est retenue. Au-delà des obligations de contribution au développement de la production (voir ci-dessus le point 2 du A.), elle aurait cependant le mérite de clarifier, de manière générale, la notion de service, notamment dans le cadre du respect des autres obligations légales et réglementaires appliquées aux SMAD.



### **Proposition**

**Il est proposé de modifier la loi afin de créer un régime de « déclinaison » pour les SMAD.**

Il s'agirait de compléter les articles 28 et 33-2 de la loi du 30 septembre 1986 :

- l'article 28 de la loi serait complété pour prévoir que constitue un seul service la mise à disposition d'un catalogue principal ainsi que la mise à disposition d'une partie seulement ou de plusieurs parties de ce catalogue principal, quelles qu'en soient les modalités de mise à disposition ; les obligations mentionnées aux 3° et 4° (contribution financière) de l'article 27 de la même loi porteraient alors globalement sur le service et les obligations mentionnées aux 1° (publicité), 2° et 5° (exposition) de cet article 27 porteraient sur le catalogue principal et sur chaque partie de catalogue mise à disposition du public indépendamment du catalogue principal ;
- l'article 33-2 de la loi serait complété pour prévoir que constitue un seul service la mise à disposition d'un catalogue principal ainsi que la mise à disposition d'une partie seulement ou de plusieurs parties de ce catalogue principal, quelles qu'en soient les modalités de mise à disposition ; les obligations mentionnées au 3° de cet article (contribution financière) porteraient alors globalement sur le service et les obligations mentionnées aux 1° (publicité), 2° (langue française) et 4° (exposition) porteraient sur chaque partie de catalogue mise à disposition du public indépendamment du catalogue principal.

## **5. Assouplir les obligations financières en élargissant le périmètre des dépenses prises en compte**

Il apparaît opportun d'assouplir sensiblement les obligations financières qui pèsent sur les SMAD. Un tel assouplissement répondrait à plusieurs enjeux :

- augmenter le volume de titres disponibles en vidéo à la demande, de façon à développer l'offre légale de contenus accessibles sur internet, en facilitant la numérisation des films d'auteur ou de patrimoine ;
- permettre à terme aux SMAD qui relèvent d'une thématique qui se prête mal à la diffusion d'œuvres européennes ou d'expression originale française de remplir des obligations ;
- lutter contre le piratage ;
- inciter les éditeurs à rendre leurs programmes plus largement accessibles aux personnes sourdes ou malentendantes ainsi qu'aux personnes aveugles ou malvoyantes<sup>36</sup> ;
- remédier à la difficulté pour les éditeurs de respecter l'obligation d'investissement, en pratique largement constituée par les versements aux ayants droit, par nature imprévisibles car fonction de la consommation des œuvres.

<sup>36</sup> Article 7 du décret n° 2010 - 1379 du 12 novembre 2010 : « Constituent des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, européennes ou d'expression originale française, les sommes consacrées à l'adaptation aux personnes sourdes ou malentendantes ainsi qu'aux personnes aveugles ou malvoyantes des œuvres prises en compte au titre de l'obligation ». De ce fait, seules sont concernés par les dispositions du décret les dépenses d'adaptation des œuvres ayant été fait l'objet d'une contribution.



Il semble ainsi pertinent d'élargir le périmètre des dépenses prises en compte au titre des obligations de contribution au développement de la production en prenant également en compte :

- les dépenses portant sur la numérisation d'œuvres d'expression originale française ou européennes ;
- les dépenses destinées à rendre l'ensemble des œuvres du service accessibles aux personnes sourdes ou malentendantes ainsi qu'aux personnes aveugles ou malvoyantes ; à la condition que :
  - ces dépenses soient faites au profit de sociétés européennes ;
  - ou que l'adaptation rendant une œuvre accessible aux personnes aveugles ou malvoyantes ou aux personnes sourdes ou malentendantes soit d'expression française ou en langue des signes française.
- et, dans une certaine proportion, les dépenses liées à la lutte contre le piratage d'œuvres d'expression originale française ou européennes, la nature des dépenses prises en compte devant être précisée.

#### *Proposition*

**Dans le cas des SMAD, le périmètre des dépenses prises en compte au titre de la contribution au développement de la production pourrait être élargi de façon à encourager le développement d'une offre légale, l'accessibilité des œuvres aux personnes sourdes ou malentendantes et aux personnes aveugles ou malvoyantes et la lutte contre le piratage.**

## **6. Assouplir les obligations d'exposition d'œuvres**

### *a) Apprécier le respect des quotas d'œuvres en catalogue sur une base annuelle*

Le bilan de la première année d'application du décret a montré une difficulté pour les éditeurs de SMAD (notamment de TVR) à respecter « à tout moment » l'obligation d'exposition d'œuvres européennes et d'expression originale française. Dans le cadre de la consultation publique sur l'application du décret SMAD, le Conseil a interrogé les acteurs sur la possibilité d'assouplir cette obligation, en mesurant ces quotas sur la base d'une moyenne annuelle. Il pourrait alors être demandé aux éditeurs de pondérer le nombre de titres par le nombre de jours de présence en catalogue.

La majorité des contributeurs s'est déclarée favorable à cet assouplissement. Certains (ARP, Arte, Bloc) souhaitent toutefois qu'il soit réservé à la TVR, qui ne maîtrise pas la composition de son catalogue puisqu'elle dépend du service linéaire.

Canal + est favorable à une appréciation annuelle du respect de l'obligation, tant pour la TVR que pour la VàD, et propose de rédiger l'article 12 du décret SMAD de la manière suivante : « *Chaque année, les éditeurs de services réservent en moyenne dans le nombre total d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles une part au moins égale à 60 % pour les œuvres européennes et 40 % pour les œuvres EOF* ». Cette moyenne serait établie en tenant compte du nombre de jours de présence au catalogue de ces œuvres, indépendamment de la durée de chacune d'entre elles.



Le mode de calcul proposé paraît pertinent et applicable.

Certains éditeurs ou représentants des éditeurs (TV5-Monde, ACCeS) considèrent que s'agissant de la TVR, l'assouplissement doit aller au-delà de la piste évoquée par la consultation et supprimer tout quota portant sur le catalogue des services de TVR, dès lors que ce catalogue est entièrement dépendant de la programmation du service linéaire.

### *Proposition*

**Il est proposé d'abandonner l'obligation d'exposition d'œuvres EOF ou européennes « à tout moment » au profit d'une appréciation sur une base annuelle s'appliquant à la fois à la TVR et à la VàD.**

Le Conseil préconise une modification des dispositions de l'article 12 du décret.

### *b) Assouplir l'obligation d'exposition d'œuvres EOF ou européennes en page d'accueil*

Dans leur première déclaration relative au respect du décret SMAD, plusieurs éditeurs ont regretté une conception trop restrictive de la valorisation des œuvres en page d'accueil, celle-ci ne représentant selon eux que l'un des points d'entrée vers leurs offres.

Une conception plus large de la valorisation des œuvres pourrait être envisagée afin de reconnaître d'autres modalités d'exposition (en page d'accueil et/ou sur l'ensemble du service et de manière plus globale sur le dispositif de promotion mis en place par l'éditeur). Il s'agirait par exemple de prendre en compte :

- la création de rubriques ou onglets valorisant ces œuvres ;
- la navigation par origine ;
- la promotion des œuvres dans les outils de communication et de marketing de l'éditeur.

À l'occasion de son premier rapport sur la mise en œuvre de l'article 13 de la directive du 10 mars 2010<sup>37</sup>, la Commission européenne a consulté les États membres sur une liste d'indicateurs de performance. Parmi les indicateurs relevés comme pertinents et susceptibles d'être pris en compte figuraient les deux premiers critères précités.

Interrogés sur ce point lors de la consultation publique, les acteurs semblent majoritairement favorables à cette mesure même si un nombre limité de propositions émergent des réponses. La proposition la plus fréquemment exprimée (ARP, USPA, Orange, BLOC) porte sur la mise en place de critères adaptés : onglets thématiques valorisant les œuvres européennes ou EOF, émissions consacrées au cinéma, navigation par origine, promotion des œuvres dans les outils de marketing du SMAD ou recommandations de l'éditeur.

---

<sup>37</sup> L'article 13 de la directive du 10 mars 2010 dispose que « les États membres veillent à ce que les services de médias audiovisuels à la demande fournis par des fournisseurs de services de médias relevant de leur compétence promeuvent, lorsque cela est réalisable et par des moyens appropriés, la production d'œuvres européennes ainsi que l'accès à ces dernières. Cette promotion pourrait notamment se traduire par la contribution financière apportée par ces services à la production d'œuvres européennes et à l'acquisition de droits pour ces œuvres, ou la part et/ou la place importante réservée aux œuvres européennes dans le catalogue de programmes proposés par le service de médias audiovisuels à la demande. »



Une solution alternative, ou complémentaire, pour valoriser les œuvres serait de prendre en compte la langue d'expression originale et l'origine des œuvres dans les moteurs de recommandation. En effet, afin de guider les utilisateurs dans leur choix, de plus en plus d'éditeurs de SMAD développent ce type d'outils qui s'appuient sur une liste de critères prédéfinis pour proposer à l'utilisateur une sélection de programmes s'approchant au plus près de ses goûts supposés, en recourant à un algorithme qui collecte et agrège des données sur cet utilisateur (âge, sexe, précédents achats, etc.).

Cet outil de recommandation pourrait intégrer parmi ses paramètres les catégories d'œuvres dont la promotion est demandée par le décret (EOF, etc.). Cette possibilité a été évoquée en 2012 dans le cadre du groupe de réflexion « publics sensibles et profilage » de la commission de réflexion sur la télévision connectée, et a été considérée par les acteurs comme techniquement réalisable. Les moteurs sont en effet amenés à jouer un rôle déterminant dans le choix des programmes par les utilisateurs.

Près de la moitié des contributeurs ayant répondu à la question traitant de cette hypothèse dans la consultation publique (essentiellement des éditeurs : ACCeS, Canal +, FFT, France Télévisions, M6, Orange, TF1, TV5) sont peu favorables à cette option qui, selon eux, entraverait la liberté éditoriale et la neutralité du « moteur de recherche ». Il convient toutefois de préciser que la question du Conseil visait les moteurs de recommandation et non les moteurs de recherche. L'autre moitié des réponses, émanant notamment d'organisations représentant la profession des producteurs ou des réalisateurs, de l'éditeur Arte et du fabricant Ericsson, est favorable à une telle mesure.

### *Proposition*

#### **Les moteurs de recommandation pourraient contribuer à l'exposition des œuvres lorsque la page d'accueil est personnalisée.**

Il revient à l'éditeur de garantir le respect de l'obligation d'exposition d'une part substantielle d'œuvres européennes et EOF :

- lorsque la page d'accueil proposée par l'éditeur est standardisée, l'obligation d'exposition serait maintenue dans sa forme actuelle ;
- lorsque la page d'accueil est personnalisée selon l'utilisateur, le décret pourrait prévoir que l'éditeur intègre dans l'algorithme du moteur de recommandation les critères d'origine européenne et de langue d'expression originale des œuvres.

### *c) Assouplir les obligations qui pèsent sur les services spécialisés*

Deux éditeurs concernés en raison de leur spécialisation ont répondu à la consultation. TV5 Monde, qui édite le service *TV5 Monde Plus Afrique*, propose la mise en place d'une dérogation en faveur des services investis d'une mission de service public qui ne leur permet pas de remplir l'un ou l'autre des quotas, comme l'autorise selon eux l'article 13 de la directive SMA. L'éditeur Kaze, spécialisé dans l'animation japonaise, après avoir évoqué l'ensemble des solutions identifiées, préconise un engagement à consacrer une part minimale de chiffre d'affaires à des prestataires français ou européens (doublage, sous-titrage, adaptations, travaux techniques).





Les autres contributeurs ayant répondu à cette question proposent un allègement des obligations d'exposition en contrepartie d'investissements accrus (ACCeS), ou le recours à des outils d'exposition, autres que la page d'accueil, pour promouvoir des œuvres françaises ou européennes (ARP). Deux éditeurs déclarent être opposés à toute mesure d'assouplissement en ce sens.

Il importe de ne pas vider la réglementation de son contenu en ouvrant la possibilité à tous les services non généralistes de bénéficier d'un régime d'exception. Pour autant, il semble opportun, notamment au regard de la diversité culturelle de l'offre éditoriale aux utilisateurs, de tenir compte de la nature d'un service à la demande, qui peut s'adresser à un public plus segmenté et cibler un type de programmes en particulier recherché par celui-ci.

Une piste consisterait, comme le propose un contributeur à la consultation, à assouplir les obligations d'exposition en contrepartie d'un engagement à acquérir certaines prestations liées directement à la mise en valeur des œuvres diffusées (sous-titrage, dépenses de promotion, participation à des manifestations, dépenses de formation...) auprès de sociétés européennes.

#### *Proposition*

**Il est proposé d'assouplir les obligations d'exposition de certains services thématiques.**

Il pourrait être envisagé d'assouplir les obligations d'exposition de certains services thématiques, en contrepartie d'obligations d'investissement dans d'autres formes de soutien à l'industrie de la création française ou européenne.

## **B. Créer un environnement concurrentiel favorable aux SMAD**

L'objectif des mesures proposées est de créer les conditions propices au maintien et au développement de services nationaux compétitifs et d'éviter les délocalisations. Au-delà de considérations concurrentielles entre services linaires et non-linéaires, entre la TVR et la VàD, c'est le secteur des SMAD dans son ensemble qui doit être consolidé dans son développement, afin de demeurer compétitif au niveau national et européen.

### **1. Adapter la chronologie des médias**

À l'occasion de la consultation publique du Conseil sur l'application du décret du 12 novembre 2010, a été relevé le fait que la difficulté majeure que rencontrent les SMAD a trait à la chronologie des médias et qu'il importe de faire évoluer le cadre de leur régulation au-delà d'une modification du décret. Cette remarque fait écho à l'avis exprimé par la mission Lescure qui considère souhaitable de faciliter l'accès aux œuvres de cinéma et formule plusieurs propositions destinées à élargir la fenêtre d'accès des services de VàD.



L'accord pour le réaménagement de la chronologie des médias signé le 6 juillet 2009 par les organisations professionnelles du cinéma et de l'audiovisuel et les grands éditeurs de chaînes de télévision et l'arrêté d'extension du 9 juillet 2009 pris en application de l'article 30-7 du code de l'industrie cinématographique par le ministre de la Culture et de la Communication fixent les délais d'exploitation des œuvres cinématographiques par les services de télévision et les SMAD.

La télévision reste une source majeure de financement de la production et les règles encadrant la diffusion des œuvres sont essentielles à l'équilibre du secteur du cinéma et de la télévision, mais les dispositions de la chronologie des médias en vigueur ont été élaborées dans un contexte différent de celui d'aujourd'hui. Le numérique a profondément modifié les habitudes de consommation des œuvres et a notamment accéléré l'exploitation des films. L'offre évolue également avec l'émergence des services non linéaires et à la demande, pour certains établis hors de France ou d'Europe. Il importe de favoriser le développement de l'offre légale afin d'accélérer la circulation des œuvres et de décourager le piratage.

Le Conseil a mené au début de l'année 2012 une réflexion sur la chronologie des médias et plus largement sur les mesures encadrant l'exposition des œuvres de cinéma sur les services de télévision linéaire et les SMAD. Après l'audition des éditeurs, des organisations professionnelles du cinéma et des sociétés d'auteurs, des propositions d'assouplissement de la chronologie des médias issue de l'accord du 6 juillet 2009 ont été communiquées le 9 août 2012 à la ministre de la Culture et de la Communication. Le Conseil appelait de ses vœux un dialogue entre les professionnels, sous l'égide du CNC, permettant des adaptations de la chronologie des médias portant sur les nouveaux usages, sans remettre en cause son principe.

Plus récemment, le rapport Lescure a évoqué un nécessaire ajustement de la chronologie des médias.

Dans le cadre du présent rapport, il apparaît opportun au Conseil d'actualiser ses propositions à la lumière des positions exprimées par la mission conduite par M. Lescure.

Aussi le Conseil a décidé de présenter ici des propositions de modification de la chronologie des médias. Il a formulé ces propositions en considérant qu'il n'y a pas lieu d'opposer les services linéaires aux services non linéaires, dès lors que nombre de ces services sont souvent édités par les mêmes groupes et que les revenus des services non linéaires ont vocation à compléter ceux des services linéaires et donc à contribuer au développement de la production, grâce à l'essor de la télévision de rattrapage et à terme de la vidéo à la demande. L'enjeu porte en revanche sur l'émergence d'une offre française de services non linéaires et la compétitivité de cette offre face aux services non linéaires extra-européens, qui ne contribuent pas au développement de la production. Les intérêts des éditeurs de télévision, ceux des acteurs de la production et ceux des SMAD ne sont donc pas antagonistes mais convergent vers la nécessité d'accroître la compétitivité des éditeurs nationaux de SMAD.

Les propositions formulées par le Conseil permettent en outre de maintenir des fenêtres de diffusion distinctes et exclusives pour chaque mode de diffusion, et de fixer ces fenêtres en fonction de l'apport de chaque catégorie de services au financement de la production. Ces propositions ne sont pas figées et peuvent être améliorées par la concertation interprofessionnelle.





### *a) Avancer la fenêtre de la vidéo à la demande à l'acte*

Le Conseil est favorable à la proposition de la mission Lescure de ramener le délai minimum, entre la sortie d'un film en salles et son exploitation en vidéo à la demande, de quatre mois à trois mois pour l'ensemble des films (mesure n° 7).

Le Conseil considère que le délai de quatre mois qui doit séparer la sortie en salles d'un film et sa mise à disposition en vidéo à la demande à l'acte (locative ou pour achat définitif) est trop long, limitant les opportunités de recettes des producteurs et l'attractivité des catalogues de vidéos à la demande. De nombreux films cessent leur exploitation en salles bien avant ce délai, et pourraient trouver plus aisément leur public s'ils étaient proposés en ligne à un horizon plus proche de leur sortie en salles. De même, les conditions et le mode d'organisation de la dérogation à trois mois prévus actuellement sont trop contraignants et n'ont pas, jusqu'ici, démontré leur adaptation au secteur<sup>38</sup>.

Il convient de rappeler certaines réticences des exploitants de salles à l'égard d'une telle mesure, considérant qu'un délai trop court entre la sortie en salle et la sortie en vidéo à la demande d'un film dissuaderait le public de se rendre dans les salles de cinéma. D'autres rappellent qu'aux États-Unis, où les délais de la chronologie sont contractuels, les sorties en vidéo à la demande n'interviennent généralement que quatre ou cinq mois après la sortie en salles pour les films les plus importants.

Le Conseil estime néanmoins, comme la mission Lescure, que l'horizon de trois mois demeure suffisamment éloigné pour ne pas dissuader le public de se rendre d'abord en salles de cinéma. Ce délai raccourci pourrait, pour le moins, être expérimenté dans un premier temps.

Le Conseil préconise également la mise en œuvre des mesures dérogatoires et expérimentales proposées par la mission Lescure visant à faciliter les sorties en vidéo à la demande des films à très faible durée d'exploitation en salles (expérimentation des sorties simultanées en salles et en vidéo à la demande dans le cadre de « week-end premium », utilisation des technologies de géolocalisation pour offrir, plus rapidement, des films en vidéo à la demande au public ne disposant pas de salles de cinéma proches de son lieu de domicile, dérogations pour les films à petit budget et les échecs commerciaux).

#### *Proposition*

**Le Conseil suggère d'avancer la fenêtre de la vidéo à la demande à l'acte de 4 mois à 3 mois pour tous les films.**

<sup>38</sup> C'est pourquoi, le Conseil avait suggéré à la ministre de raccourcir, à l'initiative des producteurs et sans autorisation préalable, de quatre mois à deux mois le délai d'accès des œuvres en vidéo à la demande à l'acte locative pour les films ayant réalisé moins de 200 entrées en salles la quatrième semaine d'exploitation. Ce même délai était proposé pour l'achat définitif de l'œuvre.



### *b) Avancer la fenêtre de la vidéo à la demande par abonnement*

Les services de vidéo à la demande par abonnement ne peuvent aujourd'hui proposer des films qu'à partir du 36<sup>e</sup> mois après leur sortie en salles. Ce délai, particulièrement long, est selon certains une des principales raisons de la faible percée de la vidéo à la demande par abonnement en France.

Cette difficulté de développement des services de vidéo à la demande par abonnement et la concurrence que pourraient exercer certains acteurs américains présents sur le territoire européen, qui bénéficient d'une chronologie des médias plus favorable, conduisent le Conseil à proposer que le délai de mise à disposition des films sur les services de vidéo à la demande par abonnement soit raccourci à 24 mois pour tous les films (contre 36 mois actuellement) à l'exception :

- des films européens ou d'expression originale française préfinancés par un service de vidéo à la demande par abonnement, qui pourraient être proposés sur ce service 14 mois après leur sortie en salles ; cette fenêtre apparaît de nature à favoriser les préachats des services de vidéo à la demande par abonnement ;
- des films ayant fait l'objet d'un préachat ou d'un achat d'un service linéaire en clair, ou d'un service linéaire de cinéma pour une seconde fenêtre payante, qui pourraient être proposés en vidéo à la demande par abonnement 30 mois après leur sortie en salles.

Le Conseil considère qu'une telle proposition satisfait au principe de proportionnalité entre les investissements consentis dans la production d'œuvres cinématographiques et la fenêtre de diffusion autorisée.

La proposition du rapport Lescure de ramener à 18 mois le délai applicable aux services de vidéo à la demande par abonnement n'apparaît pas souhaitable au Conseil, même pour ceux qui prendraient des engagements généraux importants en termes de contribution à la production. Elle placerait en effet ces services en concurrence frontale avec les services linéaires de cinéma ainsi qu'avec les chaînes gratuites ayant acquis une première fenêtre à 22 mois.

En conséquence de la fixation à 24 mois du délai de passage des films en vidéo à la demande par abonnement, il serait souhaitable d'abroger le 1<sup>o</sup> de l'article 4 du décret, qui établit à 26 % (22 % pour les œuvres d'expression originale française) le taux de dépenses contribuant au développement de la production applicable aux services de vidéo à la demande par abonnement proposant plus de 10 films moins de 22 mois après leur sortie en salles. Ces dispositions demeurerait en effet sans objet pour la majorité des services de VàDA. Pour les autres, qui proposeraient des films européens ou d'expression originale française 14 mois après leur sortie en salles, le décret pourrait renvoyer aux dispositions de la convention entre l'éditeur de ces services et le CSA pour la fixation du taux de dépenses contribuant au développement de la production.



### *Proposition*

**Le délai de mise à disposition des films sur les services de VàDA pourrait être raccourci à 24 mois** après leur sortie en salles (contre 36 mois actuellement) à l'exception :

- des films ayant fait l'objet d'un préachat ou d'un achat par un service linéaire en clair, ou de cinéma pour une seconde fenêtre payante, qui ne pourraient être proposés avant 30 mois ;
- des films européens ou EOF préfinancés par un service de VàDA, pour lesquels ce délai serait ramené à 14 mois.

**En conséquence, le 1<sup>o</sup> de l'article 4 du décret serait abrogé et remplacé par une disposition renvoyant à la convention entre l'éditeur de ces services et le CSA pour la fixation du taux de contribution au développement de la production.**

Le Conseil est conscient que les propositions qu'il formule n'obéissent pas complètement au principe de fenêtre glissante préconisé par le rapport Lescure, principe auquel le Conseil est cependant favorable.

Le Conseil considère en outre qu'il est légitime de rendre possible l'exposition anticipée sur l'ensemble des fenêtres des films fragiles. Toutefois, dans les propositions de modification de la chronologie des médias exposées ci-dessus pour les services vidéo à la demande par abonnement, ces films ne pourraient être proposés avant 24 mois, à l'instar de ceux qui ont fait l'objet d'une première fenêtre payante sur une chaîne cinéma, sauf dérogation préconisée par la commission *ad hoc* que propose le rapport Lescure.

Le Conseil propose de définir un film fragile en fonction de la présence, ou non, d'un service de télévision dans le plan de préfinancement d'un film. Le CNC dans son dernier bilan relève que 71,8 % des films sans préfinancements de chaînes de télévision ont un devis inférieur à 1 M€ et que leur devis moyen s'établit à 0,79 M€ contre 5,1 M€ pour l'ensemble des films d'initiative française.

### *c) Encadrer le gel des droits pendant la fenêtre de diffusion linéaire*

Afin de stimuler l'économie de la vidéo à la demande, il apparaît au Conseil indispensable d'élargir l'offre d'œuvres cinématographiques existante sur les services de médias audiovisuels à la demande. La promesse implicite faite au grand public par ces services, « tous les films disponibles à tout moment », est loin d'être une réalité. Elle engendre une grande déception de la part du public, qui peut le conduire à se porter vers des offres non légales.

L'Observatoire de la chronologie des médias du CNC a mis en évidence que seuls 63 % des films distribués en salles en France ont été ensuite exploités sur un service non linéaire moins de six mois après leurs sortie en salles<sup>39</sup>. Le Conseil propose donc que les services de médias audiovisuels à la demande puissent, dans les dépenses prises en compte dans le calcul des obligations de production, inclure des dépenses de numérisation des films, de mise en ligne, voire de lutte contre la piraterie.

---

<sup>39</sup> Selon l'Observatoire de la chronologie des médias du CNC de février 2013, 378 films sortis en salles entre le 1<sup>er</sup> juillet 2011 et le 30 juin 2012 sont disponibles en vidéo à la demande, soit 63,1 % des films sortis en salles sur la période. L'intégralité de ces films a été exploitée en vidéo à la demande moins de six mois après leur sortie en salles.



Le développement économique des services de vidéo à la demande est, certes, lié au caractère plus ou moins récent des films qu'ils offrent à la vente, mais aussi au nombre d'œuvres qu'ils proposent en catalogue. Ces services doivent également offrir leurs programmes de manière pérenne et stable, afin de pouvoir satisfaire sur le long terme la demande. En effet, la vidéo à la demande n'a pas les mêmes contraintes de stockage que la vidéo physique et elle devrait pouvoir proposer, sur une période longue, un même catalogue de films.

Or, certaines pratiques contractuelles actuelles entre ayants droit et chaînes de télévision, autorisées par l'accord sur la chronologie, ont pour effet de soustraire aux offres de vidéo à la demande, pour des durées qui peuvent être longues, des films porteurs qui étaient précédemment proposés sur le service.

En effet, certaines chaînes payantes ainsi que certaines chaînes gratuites demandent à pouvoir disposer, lors de la diffusion d'œuvres cinématographiques qu'elles ont préachetés, d'une exclusivité totale, incluant les services de vidéo à la demande. Cela a pour effet de faire « disparaître », dans les catalogues des services de vidéo à la demande, les films préachetés par les chaînes françaises, qui sont souvent les plus porteurs en termes de potentiel commercial. Cette « interruption » dans l'offre de vidéo à la demande peut prendre effet à partir du dixième mois après la sortie du film en salles et peut durer jusqu'au 48<sup>e</sup> mois après la sortie du film en salles. Cette phase de gel peut être encore plus longue si le film fait l'objet d'une deuxième, voire d'une troisième diffusion en clair<sup>40</sup>. Le Conseil considère que ces pratiques, qui s'apparentent bien souvent à des gels de droits, ne sont pas légitimes. La présence concomitante d'une même œuvre cinématographique sur un service de vidéo à la demande et sur une chaîne de télévision, qu'elle soit payante ou gratuite, ne constitue pas pour le service linéaire une concurrence telle qu'il faille mettre fin, sur une période longue, à toute location délinéarisée. Elles sont un frein au développement économique des services de vidéo à la demande, et une incitation à recourir à des services non linéaires proposant illégalement des œuvres.

Le Conseil a proposé à plusieurs reprises de ne plus les autoriser ou, pour le moins, de les encadrer ; la période de gel pourrait être limitée à quatre semaines (deux semaines avant et deux semaines après la diffusion télévisuelle à l'instar de ce que propose le rapport Lescure).

Le Conseil est également favorable à la proposition du rapport Lescure de demander aux services de vidéo à la demande d'informer les consommateurs de l'indisponibilité temporaire du film.

Pour la vidéo à la demande à l'acte pour l'achat définitif, le Conseil préconise d'appliquer les règles de la vidéo physique (DVD) : commercialisation sans interruption des œuvres cinématographiques, même pendant les fenêtres de diffusion exclusive des chaînes gratuites et payantes.

---

<sup>40</sup> Lorsque les chaînes demandent cette exclusivité en vidéo à la demande, les films cessent d'être disponibles en vidéo à la demande locative pendant toute la durée de la première fenêtre de télévision payante (du 10<sup>e</sup> au 22<sup>e</sup> mois) parfois pendant la durée de la deuxième fenêtre payante (du 22<sup>e</sup> au 28<sup>e</sup> mois) puis pendant la fenêtre d'exploitation des chaînes gratuites (du 22<sup>e</sup> mois au 48<sup>e</sup> mois après la sortie en salles).



### *Proposition*

**Le Conseil propose de limiter le gel des droits à deux semaines avant et deux semaines après le passage en télévision, ou la dernière date de mise à disposition du film en TVR, si celle-ci a été aménagée.**

**Tableau récapitulatif des mesures relatives la chronologie des médias**

	<b>Délai en vigueur</b>	<b>Mesure rapport Lescure</b>	<b>Proposition du Conseil</b>
<b>VàD</b>	<b>4 mois</b>	<b>3 mois</b>	<b>3 mois</b>
<b>VàDA</b>	<b>36 mois</b>	<b>18 mois</b>	<b>24 mois (et 14 ou 30 mois pour certains films)</b>
<b>Gel des droits</b>	<b>illimité</b>	<b>4 semaines maximum</b>	<b>4 semaines maximum</b>

## **2. Améliorer la compétitivité des SMAD**

### *a) Clarifier le statut des nouveaux acteurs de l'internet avec lesquels les SMAD sont en concurrence*

Les SMAD constituent un secteur hétérogène, composé de très nombreux acteurs, dont l'économie et les revenus ne sont qu'émergents.

Ces services sont en concurrence avec des acteurs puissants de l'internet qui ne contribuent pas au financement de la création, soit parce qu'ils ne sont pas établis en France, soit parce qu'ils ne sont pas considérés comme éditeurs de SMAD. De surcroît, certains d'entre eux bénéficient du trafic engendré par la réutilisation des contenus audiovisuels ou cinématographiques.

C'est notamment le cas des grandes plateformes de partage de vidéos qui s'imposent de plus en plus dans les usages, comme un moyen d'accès privilégié à toute sorte de contenus audiovisuels, à des extraits de programmes diffusés à l'antenne ou encore à des vidéomusiques.

Ces plateformes sont exclues de la définition de SMAD, dès lors qu'elles hébergent des contenus créés par des utilisateurs privés. Or, elles diffusent une part importante de contenus « professionnels ». Elles développent depuis plusieurs années des partenariats avec des éditeurs audiovisuels ou des fournisseurs de contenus, avec lesquels elles partagent les revenus issus de la publicité. Elles éditent parfois directement certains services (par exemple, Dailysport édité par Dailymotion) ou exercent dans certains cas un rôle de distributeur de SMAD. Il en va ainsi par exemple de YouTube qui a lancé en France en 2011 des chaînes thématiques exclusives (les Chaînes Originales YouTube).



De manière générale, les métiers des acteurs évoluent et se confondent de plus en plus, là où auparavant ils étaient distincts : les frontières entre l'édition et la distribution se resserrent et de nouveaux acteurs sont impliqués. Les FAI développent bien souvent leur propre offre de VàD et de VàDA. De même, des téléviseurs connectables comportent des services résidents sur leurs « portails » (VàD, etc.), accessibles par défaut. Enfin, certains acteurs sont simultanément concepteurs de terminaux mobiles connectables et d'applications et opérateurs de VàD de premier plan.

Dans sa contribution sur l'adaptation de la régulation audiovisuelle (janvier 2013), le Conseil proposait de « revoir les catégories juridiques (et les obligations correspondantes) auxquelles se rattachent certains acteurs de la télévision connectée, en particulier les sites de partage de vidéos, actuellement considérés comme des hébergeurs alors qu'ils jouent souvent un rôle proche de celui d'un éditeur et pour certains aspects de leur activité, d'un distributeur. ».

En effet, un site de partage de vidéo peut se voir qualifier d'hébergeur pour les contenus mis en ligne par les utilisateurs privés dits « UGC »<sup>41</sup>, et d'éditeur pour un service audiovisuel. Ces qualifications relèvent de régimes distincts : la qualification d'hébergeur relève de la loi pour la confiance dans l'économie numérique et celle d'éditeur de la loi du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication. Quant à l'activité de distributeur de services de communication audiovisuelle, celle-ci est reconnue par la loi<sup>42</sup> mais pas par la directive sur les services de médias audiovisuels, qui ne connaît que la qualification de fournisseur de services, qui correspond à celle d'éditeur au sens de la loi française.

Dans sa réponse au livre vert de la Commission européenne, le Conseil a mis en avant ce point et proposé d'introduire le concept de distributeur audiovisuel dans la directive SMA, de façon à mieux réguler des acteurs souvent transnationaux.

Dans son rapport (proposition 16), la mission Lescure analyse longuement cette question et propose d'appliquer à certains acteurs (FAI, fabricants et distributeurs de terminaux connectés, magasins d'applications, voire sites de partage de vidéos) le régime de distributeur de services audiovisuels prévu par la loi française.

Les enjeux de ces qualifications sont multiples et complexes. Il semble utile d'expertiser leur impact sur les différents acteurs concernés.

La consultation publique lancée par la DGMIC sur la communication audiovisuelle et les services culturels numériques devrait clarifier les enjeux liés au statut des nouveaux acteurs de l'internet.

---

<sup>41</sup> *User generated content* : contenus créés par des utilisateurs privés

<sup>42</sup> L'article 2-1 de la loi du 30 septembre 1986 définit le distributeur de services audiovisuels comme « toute personne qui établit avec des éditeurs de services des relations contractuelles en vue de constituer une offre de services de communication audiovisuelle mise à disposition auprès du public par un réseau de communications électroniques (...). Est également regardée comme distributeur de services toute personne qui constitue une telle offre en établissant des relations contractuelles avec d'autres distributeurs. »



### *Proposition*

**Demander, à l'occasion du réexamen de la directive SMA, une clarification du champ d'application de la directive**, de façon notamment à y intégrer les distributeurs de services au sens de la loi française, et veiller à une articulation adaptée des deux directives européennes.

**Conduire une étude d'impact de la mesure préconisée par le rapport Lescure** afin de préciser notamment :

- les nouveaux acteurs auxquels s'appliquerait un statut de distributeur de services audiovisuels ;
- la part de l'activité de ces acteurs (chiffre d'affaires) qui relève clairement de l'édition ou de la distribution de contenus audiovisuels professionnels ;
- les obligations qui leur seraient imposées à travers le statut de distributeur de services et l'incidence, notamment financière, de l'application de ce statut à ces acteurs.

### *b) L'opportunité d'instaurer un régime de conventionnement*

Le rapport Lescure propose d'instaurer un régime de conventionnement des SMAD (mesure 10 du rapport) sous l'égide du CSA, reposant sur un équilibre entre engagements volontaires (exposition de la diversité, financement de la création, tarifs sociaux et contribution à l'offre non marchande) et avantages (en termes d'accès aux aides, aux consommateurs et aux œuvres).

À l'occasion de la consultation lancée par le Conseil, plusieurs acteurs se sont déclarés favorables à cette mesure. Un tel conventionnement, facultatif, permettrait au régulateur de négocier avec les services des engagements supérieurs au niveau prévu par le décret. En contrepartie, ces services bénéficieraient d'avantages spécifiques. Des niveaux variés d'engagements et d'avantages pourraient ainsi être prévus, selon un système « à la carte ». Ces engagements concerneraient en premier lieu la contribution au développement de la production.

L'efficacité de ce dispositif dépend de la nature des avantages qui vont pouvoir être proposés aux éditeurs en contrepartie du conventionnement. Le rapport Lescure donne plusieurs pistes :

- faciliter l'accès aux aides (priorité dans l'accès aux soutiens publics ou relèvement des taux et des plafonds d'aide) ;
- faciliter l'accès au consommateur (garantir un accès aux offres des distributeurs de services dans des conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires, référencement obligatoire par les distributeurs, dans l'hypothèse d'un mécanisme de signalisation mis en œuvre en accord avec les moteurs de recherche : signalétique spécifique aux services conventionnés, voire, pour les plus « vertueux », priorité dans la gestion des débits) ;
- faciliter l'accès aux œuvres (aménagement de la chronologie des médias, association de manière préférentielle aux expérimentations proposées, voire délais raccourcis).





Il apparaît que ces mesures ne sont pas applicables immédiatement mais dépendent en partie, pour leur mise en œuvre, de l'adoption de mesures par d'autres organismes (gestionnaires d'aides, accord interprofessionnel négocié sous l'égide du CNC...). Elles nécessitent également une évolution de la réglementation.

À cet égard, favoriser l'accès des SMAD conventionnés aux offres des distributeurs de services nécessite la mise en œuvre d'une autre mesure du rapport Lescure, portant sur l'obligation de reprise des SMAD conventionnés.

Cette mesure de conventionnement volontaire de certains services serait complémentaire du régime déclaratif préconisé dans le présent rapport. Le régime déclaratif s'imposerait à tous les acteurs, alors que le conventionnement serait destiné aux acteurs souhaitant prendre des engagements plus forts, en contrepartie d'avantages.

### *Proposition*

**Mettre en place un régime de conventionnement volontaire au profit des SMAD, comme complément au régime déclaratif qui s'imposerait à tous les services.**

Une réflexion doit porter sur les avantages qui pourraient être accordés en contrepartie du conventionnement. Le conventionnement pourrait également être envisagé pour prévoir des aménagements aux règles existantes, pour certains services thématiques par exemple.

### *c) Faut-il renforcer la présence des SMAD conventionnés ou de service public au sein des offres numériques ?*

Le rapport « Création et Internet » de janvier 2010, puis celui sur le développement des services de vidéo à la demande et leur impact sur la création de décembre 2010<sup>43</sup>, ont identifié des barrières à l'entrée des SMAD sur le marché, érigées par les FAI, à la fois opérateurs de réseaux et distributeurs. En effet, si les services de VàD sont accessibles sur internet, l'accès à ces services sur l'écran de télévision, grâce à un référencement au sein des services distribués *via* le boîtier ADSL d'un FAI, est important pour la visibilité et la viabilité économique des éditeurs de services de VàD.

Ces rapports ont considéré que la loi pourrait fixer, soit "un principe d'accès non discriminatoire au marché", dans le cas du premier rapport, soit, dans le deuxième rapport, un principe plus fort de meilleure distribution (*must-distribute*) au bénéfice des services répondant à des critères de diversité culturelle ou mettant en valeur des œuvres francophones et européennes de manière particulièrement importante.

De même, la Commission de suivi des usages de la télévision connectée du CSA a proposé, en décembre 2012, de faire inscrire dans un code interprofessionnel de bonnes pratiques le principe selon lequel les plateformes doivent « faire droit aux demandes raisonnables des éditeurs de services ».

<sup>43</sup> Rapport de la mission "Création et Internet" de MM. Patrick Zelnik, Jacques Toubon et Guillaume Cerutti, remis au ministère de la Culture et de la Communication en janvier 2010 et "Mission sur le développement des services de vidéo à la demande et leur impact sur la création", rapport au CNC de M<sup>me</sup> Sylvie Hubac, Conseiller d'État, remis en décembre 2010.





Le rapport de la mission Lescure reprend les recommandations de ces rapports, au profit des SMAD conventionnés et des SMAD du service public<sup>44</sup>, en proposant que le principal avantage du système de conventionnement prenne la forme d'une meilleure distribution (*must-distribute*). Cette obligation serait ciblée dans un premier temps en faveur des services ayant pris les engagements les plus volontaristes.

Les distributeurs seraient dans l'obligation de faire droit aux demandes de reprise émanant des éditeurs de services conventionnés, ou du service public, dans des conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires. Toutefois, la mesure ne viserait pas uniquement à permettre l'accès aux terminaux utilisés par les distributeurs, elle pourrait consister en une mesure de « meilleur référencement » (*must-deliver*).

Cette mesure s'appliquerait à tous les distributeurs de services, dans une acception élargie, conformément à la proposition d'élargissement du statut de distributeur préconisée par le rapport<sup>45</sup> ainsi qu'à tous les distributeurs de services diffusant une offre à destination du public français, qu'ils soient installés en France ou dans un autre pays.

Cette mesure a été évoquée par certains acteurs à l'occasion de la consultation publique. Si les représentants des éditeurs de VàD y sont favorables, ainsi que certains éditeurs de télévision, les représentants des opérateurs télécom y sont opposés.

#### **Proposition**

**Conduire une étude d'impact des mesures relatives à la distribution et au renforcement de la présence des SMAD préconisées par le rapport Lescure, afin notamment d'identifier :**

- les effets économiques pour les éditeurs et pour les distributeurs ;
- quelle forme revêtirait un *must-distribute*, notamment pour les fabricants de terminaux connectables et les plateformes communautaires et quelles seraient les contraintes de capacité qui pourraient éventuellement se poser à chacune de ces catégories de distributeurs ;
- quelles sont les dispositions en termes de référencement qui pourraient être imposées à chaque catégorie d'acteurs.

<sup>44</sup> En prévoyant de l'étendre dans un second temps à l'ensemble des services culturels numériques.

<sup>45</sup> Les acteurs suivants seraient en pratique concernés :

- les plateformes de télévision qui composent une offre de services audiovisuels qu'elles commercialisent ou mettent à disposition ;
- les fournisseurs d'accès Internet lorsqu'ils proposent des services audiovisuels ou services culturels numériques au sein de leur offre de « services gérés » (présence sur la box reliée au téléviseur) ;
- les constructeurs de terminaux connectables, lorsque de tels services sont disponibles par défaut ;
- les gestionnaires de magasins d'applications incluant de tels services ;
- au besoin, les plateformes communautaires, telles YouTube et Dailymotion, lorsqu'elles mettent à disposition une offre constituée de SMAD qu'elles ont sélectionnés, par exemple les chaînes de YouTube.



#### *d) Pays d'établissement des SMAD et fiscalité*

De nombreux contributeurs à la consultation SMAD ont évoqué le risque de distorsion de concurrence entre les SMAD établis en France et les autres, qui bénéficient d'un encadrement<sup>46</sup> et d'une fiscalité plus légère.

Bien que ce point ne relève pas du champ d'application du décret SMAD, il est utile de l'évoquer. Des SMAD seraient ainsi incités à s'établir dans d'autres États membres de l'Union européenne. Cette distorsion limiterait les investissements des éditeurs nationaux, rendant leur offre moins attractive. Certains imputent même un ralentissement de l'activité de la V&D en France à l'essor des plateformes étrangères concurrentes.

Au moins deux types de distorsions liées au pays d'établissement semblent pouvoir être identifiées :

- une distorsion réglementaire : le principe du pays d'établissement fixé par la directive SMA, qui place un service audiovisuel sous la responsabilité du pays-membre où il est établi, s'il apparaît adapté à la régulation des services de télévision transnationaux, est aisément contournable par les services en ligne ;
- une distorsion fiscale : les taxes sont fixées en fonction du pays d'établissement et non du pays de consommation.

Si un contributeur à la consultation du Conseil a rappelé que le décret du 17 décembre 2010 relatif aux SMAD comporte des dispositions destinées à éviter les pratiques de contournement, plusieurs ont proposé que soient mises en œuvre les propositions de la mission Lescure. Celles-ci plaident pour une révision de la directive SMA permettant d'en clarifier le champ géographique. Elle recommande la substitution partielle de la règle du pays de destination, à travers la notion « d'établissement du service », à la règle du pays d'établissement.

Elle propose également de faire contribuer à la TVA et à la taxe V&D<sup>47</sup> les services de VAD installés hors de France mais s'adressant au public français, en cohérence avec la modification relative aux règles de territorialité de la TVA (décidée en 2008 et applicable à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2015, en vertu de laquelle la règle du pays du consommateur va se substituer à la règle du pays d'établissement du service). Ces mesures fiscales seraient en principe complétées par l'extension de la taxe acquittée par les éditeurs de V&D aux acteurs d'internet pouvant être qualifiés de distributeurs (de la même façon que, pour les services de télévision, éditeurs et distributeurs s'acquittent déjà d'une taxe).

Le Conseil adhère aux analyses de la mission Lescure en ce qui concerne les mesures fiscales. En ce qui concerne les autres obligations imposées aux SMAD français, notamment celles relatives au financement de la création, le Conseil a, dans sa contribution récente au Livre vert de la Commission européenne, souligné que si le principe du pays d'origine établi par la directive SMA était au cœur de la régulation du marché intérieur des services de médias audiovisuels, les différences de transposition de la directive SMA entre États membres, associées à des asymétries en matière fiscale, légitiment des interrogations sur l'application du principe du pays d'origine. De nombreux fournisseurs de services de médias non européens profitent également de la

---

<sup>46</sup> Ainsi, par exemple, au Luxembourg, il est demandé aux SMAD de promouvoir, lorsque cela est réalisable et par des moyens appropriés, la production d'œuvres européennes ainsi que l'accès à ces dernières.

<sup>47</sup> Article 1609 sexdécies B du code général des impôts.



fragmentation des régimes juridiques et de l'application de ce principe pour s'implanter sur le marché européen.

Le Conseil considère toutefois qu'une première étape devrait être une meilleure harmonisation des règles applicables au niveau européen, qui participera à la création du marché unique du numérique, au bénéfice des citoyens et des opérateurs économiques. L'adaptation du cadre juridique européen devra reposer sur une réflexion préalable sur les principes fondant la compétence des États membres et le droit applicable.

#### *Proposition du Conseil*

**S'agissant des mesures fiscales liées à la TVA préconisées par le rapport Lescure, le Conseil est favorable à l'évolution préconisée, compte tenu de l'importance que revêt la question de la fiscalité dans les contributions des acteurs à la consultation SMAD.**





## Récapitulatif des propositions du Conseil

### *Clarifier et simplifier la régulation des SMAD*

- Prévoir que la contribution de l'éditeur au développement de la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques porte globalement sur l'ensemble des SMAD qu'il édite ou qui sont édités par ses filiales ou les filiales de la société qui le contrôle au sens de l'article L. 233-3 du code de commerce ;
- Prévoir que les obligations de contribution à la production d'œuvres cinématographiques d'un éditeur portent globalement sur le service de télévision et le service de TVR qui en est issu ;
- Adopter le même seuil de 20 œuvres pour le déclenchement des obligations financières et des obligations d'exposition du décret SMAD ;
- Modifier la loi afin de créer un régime de « déclinaison » pour les SMAD ;
- Élargir le périmètre des dépenses prises en compte au titre de la contribution au développement de la production de façon à encourager le développement d'une offre légale, celui de l'accessibilité des œuvres aux personnes sourdes ou malentendantes ou aux personnes aveugles ou malvoyantes et de la lutte contre le piratage ;
- Abandonner l'obligation d'exposition d'œuvres EOF ou européennes « à tout moment » au profit d'une appréciation sur une base annuelle s'appliquant à la fois à la TVR et à la VàD ;
- Lorsque la page d'accueil est personnalisée, prévoir dans le décret le rôle des moteurs de recommandation pour exposer les œuvres EOF ou européennes ;
- Assouplir les obligations d'exposition de certains services thématiques.

### *Améliorer la compétitivité des SMAD*

- Avancer de 4 à 3 mois la fenêtre de diffusion de la VàD ;
- Avancer de 36 à 24 mois la fenêtre de diffusion de la VàDA ;
- Limiter à 4 semaines la durée du gel des droits (deux semaines avant diffusion et deux après) ;
- Demander à l'occasion du réexamen de la directive SMA une clarification du champ d'application de la directive, de façon à y intégrer les distributeurs de services, et veiller à une articulation adaptée des deux directives européennes ; conduire une étude d'impact afin de préciser les nouveaux acteurs auxquels appliquer un statut de distributeur de services comme préconisé par le rapport Lescure et les conséquences de cette qualification ;
- Mettre en place un régime de conventionnement volontaire au profit des SMAD, comme complément au régime déclaratif qui s'imposerait à tous les services ;
- Conduire une étude d'impact des mesures relatives à la distribution et au renforcement de la présence des SMAD au sein des offres numériques ;
- Réformer la fiscalité et réfléchir à une évolution du principe du pays d'établissement.





## Conclusion

Le présent rapport est guidé par le souci de favoriser le maintien sur le territoire de SMAD français et européens compétitifs, à même de proposer une offre légale attractive, exposant les œuvres audiovisuelles et cinématographiques et contribuant au financement de la création. L'économie des médias à la demande étant largement fondée sur les versements aux ayants droit, renforcer celle-ci participe au développement de la production française et européenne.

Le Conseil présente ainsi un ensemble de propositions destinées à accroître la compétitivité des SMAD (adaptation de la chronologie des médias et des obligations liées au décret, à terme meilleure exposition au sein des offres numériques) et à leur assurer les conditions d'une concurrence équitable dans l'exercice de leur activité (clarification du statut des nouveaux acteurs de l'internet, réforme de la fiscalité et du principe du pays d'établissement).

L'amélioration de la compétitivité de l'offre française et européenne permettra à ces services de faire face à la concurrence inévitable d'acteurs internationaux. Ces propositions seront d'autant plus efficaces qu'elles pourront conduire à des harmonisations au niveau européen et permettront de limiter des formes de « moins-disant » réglementaire, parfois préjudiciables aux impératifs légitimes que les réglementations nationales entendent protéger. C'est dans ce même souci de mise en place d'un cadre européen adapté à l'évolution des services qu'une clarification du statut des distributeurs pourrait être envisagée. La régulation de leur activité pourra permettre à terme d'assurer une meilleure visibilité aux services.

Les chaînes de télévision, tout comme le secteur de la production audiovisuelle, ont un intérêt commun à développer une offre audiovisuelle non linéaire, disponible sur tous les supports, destinée à capter une part de l'audience des services en ligne. Ce secteur a également vu l'émergence de nouveaux acteurs de l'internet, capables de proposer au public, sous des formes innovantes, des programmes à la demande diversifiés, au sein de services généralistes ou thématiques. Toutes ces formes d'éditorialisation doivent être soutenues.

Dans ce cadre, il convient de parvenir à un équilibre dans les relations entre les différents éditeurs concernés et l'ensemble des producteurs audiovisuels et cinématographiques, notamment par des mécanismes de conciliation, afin notamment de permettre une fluidité dans la circulation des droits.

Les mesures proposées, notamment sur la chronologie des médias, nécessiteront une approche coordonnée entre le ministère de la Culture et de la Communication, le Centre national de la cinématographie et de l'image animée et le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Le Conseil est prêt à mettre en œuvre d'autres mécanismes de régulation comme celui du conventionnement des SMAD proposé par la mission Lescure et destinés à favoriser le développement de services nationaux participant au financement de la création audiovisuelle et cinématographique.

À l'occasion de la remise du rapport au Gouvernement, le Conseil formule le vœu que le projet de loi « création », dont l'adoption en Conseil des ministres est prévue début 2014, reprenne les propositions formulées dans le présent rapport et lui permette de concilier pleinement, dans un environnement numérique, l'objectif de diversité culturelle et le développement économique des nouveaux services.







# Table des matières

<b>I. Un dispositif mis en œuvre par les acteurs mais révélant des difficultés d'application</b>	<b>9</b>
<b>A. Les SMAD, définition et contexte économique</b>	<b>9</b>
1. Les SMAD, définition	9
2. Le poids économique des SMAD	10
a) La consommation de vidéos en ligne	10
b) Le marché de la vidéo à la demande et de la télévision de rattrapage	12
3. La situation des éditeurs et de l'offre française de SMAD	17
<b>B. Bilan de la première année d'application du décret par les éditeurs</b>	<b>18</b>
1. Les déclarations des éditeurs	18
2. Le respect des obligations d'exposition prévues par le décret	20
a) Des obligations d'exposition globalement respectées	20
b) Les difficultés d'application liées aux quotas d'œuvres en catalogue	21
c) Les difficultés relatives à l'obligation qualitative d'exposition des œuvres en page d'accueil	23
3. Le respect des obligations financières prévues par le décret	24
a) Les éditeurs soumis aux obligations financières	24
b) La diversité des régimes applicables	26
c) La difficulté pour certains éditeurs d'anticiper la consommation des œuvres	27
<b>C. Les difficultés relatives au contrôle, par le Conseil, de l'application du décret</b>	<b>27</b>
1. L'identification des services soumis au décret	28
a) Les difficultés liées au recensement des SMAD en l'absence de régime déclaratif	28
b) L'absence d'identification de certains SMAD	28
c) L'imprécision des déclarations sur la prise en compte de certains modes de mise à disposition	30
d) La qualification de certains services en ligne proposant notamment des catalogues de vidéos	31
2. La délimitation des services	31
a) Les difficultés de délimitation des services en fonction de leur catalogue	31
b) Les services mixtes	32
c) Les difficultés liées à des acceptations différentes de la notion de TVR par les éditeurs	33
3. La proportionnalité du décret	34
a) Concernant les seuils de déclenchement des obligations en nombre d'œuvres	34
b) Concernant l'obligation de respecter les obligations d'exposition « à tout moment »	34
4. La complexité du dispositif de contribution de la TVR au développement de la production d'œuvres	34
<b>Récapitulatif des précisions apportées par le Conseil</b>	<b>35</b>
<b>II. Une évolution souhaitable de la régulation des SMAD</b>	<b>37</b>
<b>A. Clarifier et simplifier la régulation des SMAD</b>	<b>37</b>
1. Mieux identifier les SMAD par l'instauration d'un régime déclaratif	37
2. Mettre en commun les obligations des services autres que de TVR édités par une même société	38
3. Simplifier les obligations	40
a) Intégrer toutes les recettes de la TVR au sein de la contribution du service linéaire	41
b) Unifier les seuils prévus par le décret	41



<b>4. Créer un régime de déclinaison pour les SMAD</b>	<b>42</b>
<b>5. Assouplir les obligations financières en élargissant le périmètre des dépenses prise en compte</b>	<b>43</b>
<b>6. Assouplir les obligations d'expositions d'œuvres</b>	<b>44</b>
<i>a) Apprécier le respect des quotas d'œuvres en catalogue sur une base annuelle</i>	44
<i>b) Assouplir l'obligation d'exposition d'œuvres EOF ou européennes en page d'accueil</i>	45
<i>c) Assouplir les obligations qui pèsent sur les services spécialisés</i>	46
<b>B. Créer un environnement concurrentiel favorable aux SMAD</b>	<b>44</b>
<b>1. Adapter la chronologie des médias</b>	<b>47</b>
<i>a) Avancer la fenêtre de la vidéo à la demande à l'acte</i>	49
<i>b) Avancer la fenêtre de la vidéo à la demande par abonnement</i>	50
<i>c) Encadrer le gel des droits pendant la fenêtre de diffusion linéaire</i>	51
<b>2. Améliorer la compétitivité des SMAD</b>	<b>53</b>
<i>a) Clarifier le statut des nouveaux acteurs de l'internet avec lesquels les SMAD sont en concurrence</i>	53
<i>b) L'opportunité d'instaurer un régime de conventionnement</i>	55
<i>c) Faut-il renforcer la présence des SMAD conventionnés ou de service public au sein des offres numériques ?</i>	56
<i>d) Pays d'établissement des SMAD et fiscalité</i>	58
<b>Récapitulatif des propositions du Conseil</b>	<b>61</b>
<b>Conclusion</b>	<b>63</b>
<b>Annexes</b>	



## Annexes

**Annexe 1 : extraits de la loi du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande (SMAD), directive SMA**

**Annexe 2 : listes de services, par catégories du décret, ayant déclaré leurs obligations en 2011**

**Annexe 3 : synthèse du bilan des obligations 2011**

**Annexe 4 : synthèse de la consultation SMAD**

## Annexe 1

### Les dispositions de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relatives aux SMAD

#### Article 2 (modifié par la loi n°2009-258 du 5 mars 2009 - art. 36) : définitions

On entend par communications électroniques les émissions, transmissions ou réceptions de signes, de signaux, d'écrits, d'images ou de sons, par voie électromagnétique.

On entend par communication au public par voie électronique toute mise à disposition du public ou de catégories de public, par un procédé de communication électronique, de signes, de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature qui n'ont pas le caractère d'une correspondance privée.

On entend par communication audiovisuelle toute communication au public de services de radio ou de télévision, quelles que soient les modalités de mise à disposition auprès du public, toute communication au public par voie électronique de services autres que de radio et de télévision et ne relevant pas de la communication au public en ligne telle que définie à l'article 1er de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, ainsi que toute communication au public de services de médias audiovisuels à la demande.

Est considéré comme service de télévision tout service de communication au public par voie électronique destiné à être reçu simultanément par l'ensemble du public ou par une catégorie de public et dont le programme principal est composé d'une suite ordonnée d'émissions comportant des images et des sons.

Est considéré comme service de radio tout service de communication au public par voie électronique destiné à être reçu simultanément par l'ensemble du public ou par une catégorie de public et dont le programme principal est composé d'une suite ordonnée d'émissions comportant des sons.

Est considéré comme service de médias audiovisuels à la demande tout service de communication au public par voie électronique permettant le visionnage de programmes au moment choisi par l'utilisateur et sur sa demande, à partir d'un catalogue de programmes dont la sélection et l'organisation sont contrôlées par l'éditeur de ce service. Sont exclus les services qui ne relèvent pas d'une activité économique au sens de l'article 256 A du code général des impôts, ceux dont le contenu audiovisuel est secondaire, ceux consistant à fournir ou à diffuser du contenu audiovisuel créé par des utilisateurs privés à des fins de partage et d'échanges au sein de communautés d'intérêt, ceux consistant à assurer, pour mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le seul stockage de signaux audiovisuels fournis par des destinataires de ces services et ceux dont le contenu audiovisuel est sélectionné et organisé sous le contrôle d'un tiers. Une offre composée de services de médias audiovisuels à la demande et d'autres services ne relevant pas de la communication audiovisuelle ne se trouve soumise à la présente loi qu'au titre de cette première partie de l'offre

#### Article 27 (modifié par la loi n°2009-879 du 21 juillet 2009 - art. 114) : champ d'application des décrets applicables aux services hertziens

Compte tenu des missions d'intérêt général des organismes du secteur public et des différentes catégories de services de communication audiovisuelle diffusés par voie hertzienne terrestre, des décrets en Conseil d'Etat fixent les principes généraux définissant les obligations concernant :

1° La publicité, le télé-achat et le parrainage ;

1° bis Les services consacrés exclusivement à l'autopromotion ou au télé-achat ;

2° La diffusion, en particulier aux heures de grande écoute, de proportions au moins égales à 60 % d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles européennes et de proportions au moins égales à 40 p. 100 d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles d'expression originale française ;

Toutefois, pour l'application des dispositions prévues à l'alinéa ci-dessus aux œuvres audiovisuelles diffusées par les services autorisés, le Conseil supérieur de l'audiovisuel pourra substituer aux heures de grande écoute des heures d'écoute significatives qu'il fixera annuellement, pour chaque service, en fonction notamment des caractéristiques de son audience et de sa programmation ainsi que de l'importance et de la nature de sa contribution à la production ;

3° La contribution des éditeurs de services au développement de la production, en tout ou partie indépendante à leur égard, d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, ainsi que la part de cette contribution ou le montant affectés à l'acquisition des droits de diffusion de ces œuvres sur les services qu'ils éditent, en fixant, le cas échéant, des règles différentes pour les œuvres cinématographiques et pour les œuvres audiovisuelles et en fonction de la nature des œuvres diffusées et des conditions d'exclusivité de leur diffusion. Cette contribution peut tenir compte de l'adaptation de l'œuvre aux personnes aveugles ou malvoyantes, et, en matière cinématographique, comporter une part destinée à la distribution.

En matière audiovisuelle, cette contribution porte, entièrement ou de manière significative, sur la production d'œuvres de fiction, d'animation, de documentaires de création, y compris de ceux qui sont insérés au sein d'une émission autre qu'un journal télévisé ou une émission de divertissement, de vidéo-musiques et de captation ou de récréation de spectacles vivants ; elle peut inclure des dépenses de formation des auteurs et de promotion des œuvres. Dans des conditions fixées par les conventions et les cahiers des charges, elle peut également porter globalement sur le service de télévision et les autres services de télévision ou de médias audiovisuels à la demande du même éditeur de services ou ceux édités par ses filiales ou les filiales de la société qui le contrôle au sens du 2° de l'article 41-3 ;

4° L'acquisition des droits de diffusion, selon les différents modes d'exploitation, et la limitation de la durée de ces droits lorsqu'ils sont exclusifs. Pour les œuvres cinématographiques diffusées en première exclusivité, la durée des droits exclusifs peut varier en fonction de la nature et du montant de la contribution au développement de la production ;

5° Le régime de diffusion des œuvres cinématographiques de longue durée et, en particulier, la fixation d'un nombre maximal annuel de diffusions et de rediffusions et la grille horaire de programmation de ces œuvres ;

6° Le maintien à niveau sonore constant des séquences publicitaires ainsi que des écrans qui les précèdent et qui les suivent.

Ces décrets peuvent fixer des règles différentes selon que la diffusion a lieu en clair ou fait appel à une rémunération de la part des usagers, ou selon l'étendue de la zone géographique desservie et pourront prévoir une application progressive en fonction du développement de la télévision numérique de terre. Ils peuvent également définir des obligations adaptées à la nature particulière des services de médias audiovisuels à la demande et les exonérer de l'application de certaines des règles prévues pour les autres services.

Ces décrets sont pris après avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Cet avis motivé est publié au Journal officiel de la République française, ainsi que le rapport de présentation du décret.

**Article 28 (modifié par la loi n°2011-525 du 17 mai 2011 - art. 142) : convention conclue entre le CSA et l'opérateur autorisé**

La délivrance des autorisations d'usage de la ressource radioélectrique pour chaque nouveau service diffusé par voie hertzienne terrestre autre que ceux exploités par les sociétés nationales de programme, est subordonnée à la conclusion d'une convention passée entre le Conseil supérieur de l'audiovisuel au nom de l'Etat et la personne qui demande l'autorisation.

Dans le respect de l'honnêteté et du pluralisme de l'information et des programmes et des règles générales fixées en application de la présente loi et notamment de son article 27, cette convention fixe les règles particulières applicables au service, compte tenu de l'étendue de la zone desservie, de la part du service dans le marché publicitaire, du respect de l'égalité de traitement entre les différents services et des conditions de concurrence propres à chacun d'eux, ainsi que du développement de la radio et de la télévision numériques de terre.

La convention porte notamment sur un ou plusieurs des points suivants :

1° La durée et les caractéristiques générales du programme propre ;

2° Les modalités permettant d'assurer la contribution au développement de la production d'œuvres audiovisuelles en tenant compte des accords conclus entre l'éditeur de services et une ou plusieurs organisations professionnelles de l'industrie audiovisuelle, s'agissant notamment de la durée des droits ;

2° bis. La proportion substantielle d'œuvres musicales d'expression française ou interprétées dans une langue régionale en usage en France, qui doit atteindre un minimum de 40 % de chansons d'expression française, dont la moitié au moins provenant de nouveaux talents ou de nouvelles productions, diffusées aux heures d'écoute

significative par chacun des services de radio autorisés par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, pour la part de ses programmes composée de musique de variétés.

Par dérogation, le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut autoriser, pour des formats spécifiques, les proportions suivantes :

-soit pour les radios spécialisées dans la mise en valeur du patrimoine musical : 60 % de titres francophones, dont un pourcentage de nouvelles productions pouvant aller jusqu'à 10 % du total, avec au minimum un titre par heure en moyenne ;

-soit pour les radios spécialisées dans la promotion de jeunes talents : 35 % de titres francophones, dont 25 % au moins du total provenant de nouveaux talents ;

3° alinéa abrogé ;

4° La part du chiffre d'affaires consacrée à l'acquisition des droits de diffusion d'oeuvres cinématographiques d'expression originale française ;

4° bis Les dispositions propres à assurer le respect de la langue française et le rayonnement de la francophonie ;

5° La diffusion de programmes éducatifs et culturels ainsi que d'émissions destinées à faire connaître les différentes formes d'expression artistique ;

5° bis Les proportions substantielles des programmes qui, par des dispositifs adaptés et en particulier aux heures de grande écoute, sont accessibles aux personnes sourdes ou malentendantes. Pour les services de télévision dont l'audience moyenne annuelle dépasse 2,5 % de l'audience totale des services de télévision, cette obligation s'applique, dans un délai maximum de cinq ans suivant la publication de la loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, à la totalité de leurs programmes, à l'exception des messages publicitaires. La convention peut toutefois prévoir des dérogations justifiées par les caractéristiques de certains programmes. Pour les services de télévision à vocation locale, la convention peut prévoir un allègement des obligations d'adaptation ;

5° ter. Pour les services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre en mode numérique dont l'audience moyenne annuelle dépasse 2,5 % de l'audience totale des services de télévision, les proportions de programmes qui, par des dispositifs adaptés et en particulier aux heures de grande écoute, sont accessibles aux personnes aveugles ou malvoyantes ;

6° Les dispositions propres à assurer l'indépendance des producteurs à l'égard des diffuseurs ;

7° La contribution à des actions culturelles, éducatives et de défense des consommateurs ;

8° La contribution à la diffusion d'émissions de radio ou de télévision dans les départements, territoires et collectivités territoriales d'outre-mer, à la connaissance, en métropole, de ces départements, territoires et collectivités territoriales et à la diffusion des programmes culturels de ces collectivités ;

9° La contribution à la diffusion à l'étranger d'émissions de radio ou de télévision ;

10° Le temps maximum consacré à la publicité, aux émissions parrainées, ainsi que les modalités de leur insertion dans les programmes ;

11° Le concours complémentaire au soutien financier de l'industrie cinématographique et de l'industrie de programmes audiovisuels, dans les conditions d'affectation fixées par la loi de finances ;

12° Les conditions dans lesquelles les services de télévision bénéficiant d'une autorisation nationale en clair sont autorisés à effectuer des décrochages locaux sous leur responsabilité éditoriale, dans la limite cumulée de trois heures par jour, sauf dérogation du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Les décrochages locaux visés au présent alinéa ne sont pas considérés comme des services distincts bénéficiant d'autorisations locales et ne peuvent comporter de messages publicitaires ni d'émissions parrainées ;

13° Les engagements en matière d'extension de la couverture du territoire ;

14° Les modalités de rediffusion, intégrale ou partielle, par un réseau de communications électroniques au sens du 2° de l'article L. 32 du code des postes et des communications électroniques, du service de télévision en plusieurs programmes, dans des conditions fixées par décret. Dans la limite d'un tiers de leur temps de diffusion, ces rediffusions peuvent toutefois comprendre des programmes différents du programme principal dont elles sont issues. Elles doivent s'effectuer selon un principe identique en ce qui concerne le recours ou non à une rémunération de la part des usagers. Les obligations mentionnées aux 3° et 4° de l'article 27 portent alors globalement sur le service, et les obligations mentionnées aux 1°, 2° et 5° dudit article portent sur chacun des programmes le constituant ;

14° bis. Les modalités de mise à disposition, sur un service de médias audiovisuels à la demande, des programmes d'un service de télévision dans le cadre d'un service dit de télévision de rattrapage. En matière audiovisuelle, les obligations mentionnées aux 3° et 4° de l'article 27 portent alors globalement sur ces services ;

15° Les données associées au programme principal destinées à l'enrichir et à le compléter ;

16° La diffusion de programmes consacrés à la culture scientifique, technique et industrielle ;

17° Les mesures en faveur de la cohésion sociale et relatives à la lutte contre les discriminations.

La convention mentionnée au premier alinéa définit également les prérogatives et notamment les pénalités contractuelles dont dispose le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour assurer le respect des obligations conventionnelles. Ces pénalités ne peuvent être supérieures aux sanctions prévues aux 1°, 2° et 3° de l'article 42-1 de la présente loi ; elles sont notifiées au titulaire de l'autorisation qui peut, dans les deux mois, former un recours devant le Conseil d'Etat.

Pour l'application des dispositions du 2° bis du présent article, le Conseil supérieur de l'audiovisuel adaptera, dans les six mois à compter de la publication de la loi n° 94-88 du 1er février 1994 modifiant la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, les conventions déjà conclues avec les services de radio autorisés.

Sans préjudice des règles générales fixées en application de la présente loi et notamment de son article 27 et afin de faciliter le développement de la télévision numérique de terre, les conventions conclues avec les éditeurs de services autorisés en application de l'article 30-1 pourront être régulièrement révisées sur un ou plusieurs des points précédemment énumérés.

**Article 33-1 (modifié par la loi n°2009-258 du 5 mars 2009 - art. 53) : régime des services de radio et de télévision autres que hertziens (convention, déclaration ou absence de formalité préalable)**

I- Les services de radio et de télévision qui ne consistent pas en la reprise intégrale et simultanée soit d'un service fourni par une société mentionnée à l'article 44 pour l'exercice des missions visées à l'article 43-11, par la chaîne visée à l'article 45-2 ou par la chaîne culturelle européenne issue du traité signé le 2 octobre 1990 et diffusé par voie hertzienne terrestre, soit d'un service bénéficiaire d'une autorisation en application des articles 29, 29-1, 30 et 30-1, lorsque cette reprise n'a pas pour effet de faire passer la population de la zone desservie par un service de télévision à vocation locale à plus de dix millions d'habitants ne peuvent être diffusés par les réseaux n'utilisant pas des fréquences assignées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel qu'après qu'a été conclue avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel une convention définissant les obligations particulières à ces services.

La condition de simultanéité n'est pas exigée lorsque le service est mis à disposition directe du public dans les départements d'outre-mer, la Nouvelle-Calédonie, les territoires de la Polynésie française, des îles Wallis et Futuna et dans les collectivités territoriales de Mayotte et de Saint-Pierre-et-Miquelon. En outre, la condition de diffusion intégrale et simultanée n'est pas exigée pour les services composés de plusieurs programmes au sens du 14° de l'article 28.

Cette convention, qui ne peut être conclue qu'avec une personne morale, définit, dans le respect des règles générales fixées en application de la présente loi et notamment de son article 33, les obligations particulières au service considéré ainsi que les prérogatives et les pénalités contractuelles dont dispose le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour assurer le respect des obligations conventionnelles. Elle peut, dans les limites fixées par le décret prévu à l'article 33, prévoir une application progressive des règles qui y sont prévues, en fonction notamment du nombre de foyers recevant ou pouvant recevoir ce service, sans que ce délai puisse toutefois excéder cinq années.

La convention porte notamment sur les proportions des programmes qui, par des dispositifs adaptés et en particulier aux heures de grande écoute, sont rendus accessibles aux personnes sourdes ou malentendantes, en veillant notamment à assurer l'accès à la diversité des programmes diffusés. Pour les services de télévision dont l'audience moyenne annuelle dépasse 2,5 % de l'audience totale des services de télévision, cette obligation s'applique, dans un délai maximum de cinq ans suivant la publication de la loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, à la totalité de leurs programmes, à l'exception des messages publicitaires. La convention peut toutefois prévoir des dérogations justifiées par les caractéristiques de certains programmes. La convention des éditeurs de services multilingues dont le capital et les droits de vote sont détenus à hauteur de 80 % au moins par des radiodiffuseurs publics issus d'Etats du Conseil de l'Europe et dont la part du capital et des droits de vote détenue par une des sociétés mentionnées à l'article 44 est au moins égale à 20 % n'est pas soumise à ces dispositions.

Pour les services de télévision diffusés en mode numérique dont l'audience moyenne annuelle dépasse 2,5 % de l'audience totale des services de télévision, la convention porte également sur les proportions de programmes qui, par des dispositifs adaptés et en particulier aux heures de grande écoute, sont accessibles aux personnes aveugles ou malvoyantes.

Pour les services qui diffusent des oeuvres cinématographiques, la convention peut également porter sur le concours complémentaire au soutien financier de l'industrie cinématographique et de l'industrie audiovisuelle, dans les conditions d'affectation fixées par la loi de finances.

Pour les services contribuant au développement de la production d'oeuvres audiovisuelles, la convention précise les modalités permettant d'assurer cette contribution en tenant compte des accords conclus entre l'éditeur de services et une ou plusieurs organisations professionnelles de l'industrie audiovisuelle.

Pour les services de télévision dont les programmes comportent des émissions d'information politique et générale, la convention précise les mesures à mettre en oeuvre pour garantir le caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion ainsi que l'honnêteté de l'information et son indépendance à l'égard des intérêts économiques des actionnaires, en particulier lorsque ceux-ci sont titulaires de marchés publics ou de délégations de service public.

La convention comporte également les mesures en faveur de la cohésion sociale, de la diversité culturelle et relatives à la lutte contre les discriminations.

La convention précise les modalités de rediffusion, intégrale ou partielle, par un réseau n'utilisant pas les fréquences assignées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, du service de télévision en plusieurs programmes, dans des conditions fixées par décret. Dans la limite d'un tiers de leur temps de diffusion, ces rediffusions peuvent toutefois comprendre des programmes différents du programme principal dont elles sont issues. Elles doivent s'effectuer selon un principe identique en ce qui concerne le recours ou non à une rémunération de la part des usagers. Les obligations mentionnées aux 6° et 7° de l'article 33 portent alors globalement sur le service et les obligations mentionnées aux 1°, 2°, 3°, 4°, 5°, 8°, 9° et 10° du même article portent sur chacun des programmes le constituant.

Par dérogation au III, la convention précise les modalités de mise à disposition, sur un service de médias audiovisuels à la demande, des programmes d'un service de télévision dans le cadre d'un service dit de télévision de rattrapage. En matière audiovisuelle, les obligations mentionnées aux 6° et 7° de l'article 33 portent alors globalement sur ces services.

II. - Par dérogation aux dispositions du I, ne sont soumis qu'à déclaration préalable les services de radio et de télévision qui sont distribués par un réseau n'utilisant pas des fréquences assignées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel et dont le budget annuel est inférieur à 75 000 Euros pour les services de radio et à 150 000 Euros pour les services de télévision.

La déclaration est déposée auprès du Conseil supérieur de l'audiovisuel qui précise les éléments qu'elle doit contenir.

Les services de télévision destinés aux informations sur la vie locale ne bénéficient pas de la dérogation instaurée par le premier alinéa.

III. - Les services de médias audiovisuels à la demande et, par dérogation aux I et II du présent article, les services de télévision relevant de la compétence de la France en application des articles 43-4 et 43-5 peuvent être diffusés par les réseaux n'utilisant pas des fréquences assignées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel sans formalité préalable. Ils demeurent soumis aux obligations résultant de la présente loi et au contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel, qui peut notamment utiliser à leur égard les procédures prévues aux articles 42, 42-1 et 42-10. Les opérateurs satellitaires dont l'activité a pour effet de faire relever des services de télévision de la compétence de la France, en



application de l'article 43-4, et les distributeurs de services visés à l'article 34 sont tenus d'informer les éditeurs des services considérés du régime qui leur est applicable.

Les conventions conclues entre le Conseil supérieur de l'audiovisuel et les éditeurs de services de télévision relevant de la compétence de la France en application des articles 43-4 et 43-5 sont réputées caduques à compter de l'entrée en vigueur de la loi n° 2006-64 du 23 janvier 2006 relative à la lutte contre le terrorisme et portant dispositions diverses relatives à la sécurité et aux contrôles frontaliers.

**Article 33-2 (modifié par la loi n°2009-258 du 5 mars 2009 - art. 55) : champ d'application du décret applicable aux SMAD**

Un décret en Conseil d'Etat, pris après avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel, fixe pour les services de médias audiovisuels à la demande distribués par les réseaux n'utilisant pas des fréquences assignées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel :

1° Les règles applicables à la publicité, au télé-achat et au parrainage ;

2° Les dispositions propres à assurer le respect de la langue française et le rayonnement de la francophonie.

Ce décret fixe également pour les services mettant à la disposition du public des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles :

3° La contribution des éditeurs de services au développement de la production, notamment de la production indépendante, d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles ;

4° Les dispositions permettant de garantir l'offre et d'assurer la mise en valeur effective des œuvres cinématographiques et audiovisuelles, européennes et d'expression originale française.

## **Décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande**

Le Premier ministre,

Sur le rapport du ministre de la culture et de la communication,

Vu la directive 98/34/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 juin 1998 prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et réglementations techniques et des règles relatives aux services de la société de l'information, modifiée par la directive 98/48/CE du 20 juillet 1998, ainsi que la notification n° 2010/0492/F du 13 juillet 2010 ;

Vu la directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010 visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels ;

Vu l'accord sur l'Espace économique européen du 2 mai 1992 ;

Vu le [code de commerce](#), notamment son article L. 233-3 ;

Vu le [code général des impôts](#), notamment son article 1609 sexdecies B ;

Vu la [loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986](#) modifiée relative à la liberté de communication, notamment ses articles 2, 27, 28, 33-1, 33-2 et 41-3 ;

Vu le [décret n° 90-66 du 17 janvier 1990](#) modifié pris pour l'application de la [loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986](#) et fixant les principes généraux concernant la diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles par les éditeurs de services de télévision ;

Vu le [décret n° 92-280 du 27 mars 1992](#) modifié pris pour l'application des [articles 27 et 33 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986](#) et fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de téléachat ;

Vu le [décret n° 2010-747 du 2 juillet 2010](#) relatif à la contribution à la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles des services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre ;

Vu l'avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel en date du 27 septembre 2010 ;

Le Conseil d'Etat (section de l'intérieur) entendu,

Décète :

- CHAPITRE IER : DISPOSITIONS RELATIVES A LA CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT DE LA PRODUCTION D'ŒUVRES CINEMATOGRAPHIQUES ET AUDIOVISUELLES

### Article 1

I. — Les dispositions du présent chapitre sont applicables :

1° Aux services de médias audiovisuels à la demande permettant de regarder, pendant une durée limitée, des programmes diffusés sur un service de télévision, dits services de télévision de rattrapage, qui sont mentionnés au 14° bis de l'article 28 et au [dernier alinéa du I de l'article 33-1 de la loi du 30 septembre 1986 susvisée](#) ainsi que ceux édités, directement ou à travers des filiales, par une société visée à l'article 44 de la même loi ;

2° Aux autres services de médias audiovisuels à la demande qui réalisent un chiffre d'affaires annuel net supérieur à 10 millions d'euros.

II. — Les dispositions du présent chapitre relatives à la contribution au développement de la production d'œuvres cinématographiques ne sont pas applicables aux services qui proposent annuellement moins de 10 œuvres cinématographiques de longue durée.

III. — Les dispositions du présent chapitre relatives à la contribution au développement de la production d'œuvres audiovisuelles ne sont pas applicables :

1° Aux services de télévision de rattrapage ;

2° Aux autres services de médias audiovisuels à la demande dont l'offre est principalement consacrée aux programmes mentionnés au [cinquième alinéa de l'article 1609 sexdecies B du code général des impôts](#) ou qui proposent annuellement moins de 10 œuvres audiovisuelles autres que celles mentionnées au [cinquième alinéa de l'article 1609 sexdecies B du code général des impôts](#).

### Article 2

I. — Pour l'application du présent chapitre, ne sont pas prises en compte dans le chiffre d'affaires annuel net d'un service :

1° La taxe sur la valeur ajoutée ;

2° La taxe prévue à l'[article 1609 sexdecies B du code général des impôts](#).

II. — Une recette provenant de l'exploitation commune de plusieurs services de médias audiovisuels à la demande est

prise en compte pour le calcul du chiffre d'affaires de chacun de ces services au prorata des montants respectifs de ces chiffres d'affaires.

### Article 3

Les services de télévision de rattrapage consacrent chaque année une part de leur chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres cinématographiques européennes, d'une part, et d'expression originale française, d'autre part, dont le taux est identique à celui auquel l'éditeur de services est soumis au titre de l'exploitation du service de télévision dont le service de télévision de rattrapage est issu.

Les dispositions de l'alinéa précédent ne sont pas applicables aux services de télévision de rattrapage dont les recettes sont incluses dans les ressources du service de télévision dont ils sont issus par application du [décret du 2 juillet 2010 susvisé](#).

### Article 4

I. – Les services par abonnement consacrent chaque année une part de leur chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles européennes, d'une part, et d'expression originale française, d'autre part, respectivement au moins égale à :

1° 26 % et 22 % lorsqu'ils proposent annuellement au moins 10 œuvres cinématographiques de longue durée dans un délai inférieur à vingt-deux mois après leur sortie en salles en France ;

2° 21 % et 17 % lorsqu'ils proposent annuellement au moins 10 œuvres cinématographiques de longue durée dans un délai inférieur à trente-six mois et égal ou supérieur à vingt-deux mois après leur sortie en salles en France ;

3° 15 % et 12 % dans les autres cas.

II. – Les dépenses résultant de l'application des dispositions du I sont investies dans la production d'œuvres cinématographiques et dans la production d'œuvres audiovisuelles à l'exclusion de celles mentionnées au [cinquième alinéa de l'article 1609 sexdecies B du code général des impôts](#), en proportion des parts représentées par chacun de ces deux genres d'œuvres dans le téléchargement ou le visionnage total des œuvres par les utilisateurs du service au cours de l'exercice précédent. Lorsque le service propose annuellement moins de 10 œuvres cinématographiques de longue durée ou moins de 10 œuvres audiovisuelles, les dépenses sont investies dans la seule production d'œuvres dont le seuil est atteint.

### Article 5

I. – Les services autres que ceux mentionnés aux articles 3 et 4, notamment les services payants à l'acte, consacrent chaque année :

1° 15 % au moins du chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent résultant de l'exploitation d'œuvres cinématographiques à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres cinématographiques européennes, dont au moins 12 % à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres cinématographiques d'expression originale française ;

2° 15 % au moins du chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent résultant de l'exploitation d'œuvres audiovisuelles autres que celles mentionnées au [cinquième alinéa de l'article 1609 sexdecies B du code général des impôts](#) à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres audiovisuelles européennes, dont au moins 12 % à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française.

II. – La part du chiffre d'affaires provenant des recettes autres que celles visées au I est prise en compte pour le calcul des chiffres d'affaires mentionnés aux 1° et 2° du I en proportion des montants respectifs de ces derniers.

### Article 6

Par dérogation aux articles 4 et 5 du présent décret, les proportions figurant aux 1°, 2° et 3° du I de l'article 4 et aux 1° et 2° du I de l'article 5 sont fixées comme suit :

<b>EXERCICE ANNUEL</b>	<b>POURCENTAGE DE L'OBLIGATION résultant de l'application du 1° du I de l'article 4</b>
------------------------	---

	<b>Œuvres européennes</b>	<b>Œuvres d'expression originale française</b>
Première année	22 %	18 %
Deuxième année	24 %	20 %
A compter de la troisième année	26 %	22 %

<b>EXERCICE ANNUEL</b>	<b>POURCENTAGE DE L'OBLIGATION résultant de l'application du 2° du I de l'article 4</b>	
	<b>Œuvres européennes</b>	<b>Œuvres d'expression originale française</b>
Première année	17 %	13 %
Deuxième année	19 %	15 %
A compter de la troisième année	21 %	17 %

<b>EXERCICE ANNUEL</b>	<b>POURCENTAGE DE L'OBLIGATION résultant de l'application du 3° du I de l'article 4 et des 1° et 2° du I de l'article 5</b>	
	<b>Œuvres européennes</b>	<b>Œuvres d'expression originale française</b>
Première année	11 %	8 %
Deuxième année	13 %	10 %
A compter de la troisième année	15 %	12 %

#### Article 7

I. – Constituent des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, européennes ou d'expression originale française, les sommes consacrées :

1° A l'achat, avant la fin de la période de prise de vues, de droits d'exploitation ;

2° A l'investissement, avant la fin de la période de prise de vues, en parts de producteur ;  
3° A l'adaptation aux personnes sourdes ou malentendantes ainsi qu'aux personnes aveugles ou malvoyantes des œuvres prises en compte au titre de l'obligation ;  
4° A l'achat de droits d'exploitation autres que ceux mentionnés au 1°, y compris les sommes versées aux ayants droit pour chaque accès dématérialisé à l'œuvre.  
II. — Toutefois, pour les services soumis aux dispositions du 1° ou du 2° du I de l'article 4 qui réalisent un chiffre d'affaires annuel net supérieur à 50 millions d'euros, les dépenses mentionnées au 4° du I ne peuvent représenter plus de 75 % du montant de leur obligation.

#### Article 8

Les sommes mentionnées à l'article 7 sont prises en compte au titre de l'exercice au cours duquel le service a exécuté l'engagement financier correspondant.

#### Article 9

I. — Au moins trois quarts des dépenses prévues aux 1° et 2° du I de l'article 7 dans des œuvres cinématographiques sont consacrés au développement de la production indépendante, selon des critères liés à l'œuvre et à l'entreprise qui la produit.

II. — Est réputée relever de la production indépendante l'œuvre dont les modalités d'exploitation répondent aux conditions suivantes :

1° Lorsque les droits d'exploitation stipulés au contrat sont acquis à titre exclusif, leur durée n'excède pas douze mois ;

2° L'éditeur de services ne détient pas, directement ou indirectement, les droits secondaires ou mandats de commercialisation de l'œuvre pour plus d'une des modalités d'exploitation suivantes :

a) Exploitation en France, en salles ;

b) Exploitation en France, sous forme de vidéogrammes destinés à l'usage privé du public ;

c) Exploitation en France, sur un service de télévision ;

d) Exploitation en France et à l'étranger sur un service de médias audiovisuels à la demande autre que celui qu'il édite ;

e) Exploitation à l'étranger, en salles, sous forme de vidéogrammes destinés à l'usage privé du public et sur un service de télévision.

Pour l'application de ces conditions, les droits secondaires et mandats de commercialisation détenus indirectement par un éditeur de services s'entendent de ceux détenus par une entreprise contrôlée par l'éditeur de services ou une personne le contrôlant, au sens de l'[article L. 233-3 du code de commerce](#).

III. — Est réputée indépendante d'un éditeur de services l'entreprise de production qui répond aux conditions suivantes :

1° L'éditeur de services ne détient pas, directement ou indirectement, plus de 15 % de son capital social ou de ses droits de vote ;

2° Elle ne détient pas, directement ou indirectement, plus de 15 % du capital social ou des droits de vote de l'éditeur de services ;

3° Aucun actionnaire ou groupe d'actionnaires la contrôlant au sens de l'[article L. 233-3 du code de commerce](#) ne contrôle, au sens du même article, l'éditeur de services.

Toutefois, est assimilée à une entreprise indépendante d'un éditeur de services l'entreprise qui ne prend pas personnellement ou ne partage pas solidairement l'initiative et la responsabilité financière, technique et artistique de l'œuvre considérée et n'en garantit pas la bonne fin.

#### Article 10

Au moins trois quarts des dépenses prévues aux 1° et 2° du I de l'article 7 dans des œuvres audiovisuelles sont consacrés au développement de la production indépendante, selon les deux critères suivants :

1° L'éditeur de services ne détient pas, directement ou indirectement, de parts de producteur et ne prend pas personnellement ou ne partage pas solidairement l'initiative et la responsabilité financière, technique et artistique de la réalisation de l'œuvre et n'en garantit pas la bonne fin ;

2° L'éditeur de services, ou la ou les personnes le contrôlant au sens du [2° de l'article 41-3 de la loi du 30 septembre 1986 susvisée](#), ne détiennent pas, directement ou indirectement, plus de 15 % du capital social ou des droits de vote de l'entreprise de production.

- CHAPITRE II : DISPOSITIONS PERMETTANT DE GARANTIR L'OFFRE D'ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES ET AUDIOVISUELLES, EUROPÉENNES ET D'EXPRESSION ORIGINALE FRANÇAISE ET D'EN ASSURER LA MISE EN VALEUR EFFECTIVE

#### Article 11

Les dispositions du présent chapitre sont applicables aux services de médias audiovisuels à la demande dont l'offre comporte au moins 20 œuvres cinématographiques de longue durée ou 20 œuvres audiovisuelles et qui ne sont pas principalement consacrés aux programmes mentionnés au [cinquième alinéa de l'article 1609 sexdecies B du code général des impôts](#).

Les œuvres mentionnées dans le présent chapitre s'entendent hors celles mentionnées au [cinquième alinéa de l'article 1609 sexdecies B du code général des impôts](#).

#### Article 12

A tout moment, les éditeurs de services réservent respectivement dans le nombre total d'œuvres cinématographiques de longue durée et audiovisuelles mises à disposition du public une part au moins égale à :

1° 60 % pour les œuvres européennes ;

2° 40 % pour les œuvres d'expression originale française.

Toutefois ces proportions sont, pendant une durée de trois ans à compter de leur première application aux services atteignant l'un des deux seuils mentionnés à l'article 11, fixées respectivement à 50 % et 35 %. Pour les services existant à l'entrée en vigueur du présent décret, ce délai ne peut commencer à courir avant le 1er janvier 2011.

#### Article 13

Sur leur page d'accueil, les éditeurs de services réservent à tout moment une proportion substantielle des œuvres, dont l'exposition est assurée autrement que par la seule mention du titre, à des œuvres européennes ou d'expression originale française, notamment par l'exposition de visuels et la mise à disposition de bandes annonces.

- CHAPITRE III : DISPOSITIONS RELATIVES A LA PUBLICITE, AU PARRAINAGE ET AU TELECHAT

#### Article 14

La mise à disposition de messages publicitaires par un éditeur de services de médias audiovisuels à la demande est régie par les articles 2 à 7, le deuxième alinéa de l'article 8, les articles 9 à 12, le III de l'[article 15](#) et l'[article 16](#) du décret du 27 mars 1992 susvisé.

#### Article 15

La mise à disposition de téléachat par les éditeurs de services de médias audiovisuels à la demande est régie par les articles 3 à 5, l'article 7, le deuxième alinéa de l'article 8, les articles 9 à 12, le premier alinéa de l'article 21, l'article 23, les premier et troisième alinéas de l'[article 25](#) et l'[article 26](#) du décret du 27 mars 1992 susvisé.

#### Article 16

Pour l'application du présent chapitre, constitue un parrainage toute contribution d'une entreprise ou d'une personne morale publique ou privée ou d'une personne physique, n'exerçant pas d'activités d'édition de services de télévision ou de médias audiovisuels à la demande ou de production d'œuvres audiovisuelles, au financement de services de médias audiovisuels à la demande ou de programmes, dans le but de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses produits.

#### Article 17

Les services de médias audiovisuels à la demande ou leurs programmes parrainés doivent répondre aux exigences suivantes :

- 1° Leur contenu ne peut, en aucun cas, être influencé par le parrain dans des conditions susceptibles de porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale de l'éditeur du service ;
- 2° Ils n'incitent pas directement à l'achat ou à la location de produits ou de services, notamment en faisant des références promotionnelles spécifiques à ces produits ou services ;
- 3° Le parrainage doit être clairement identifié en tant que tel par le nom, le logo ou un autre symbole du parrain, par exemple au moyen d'une référence à ses produits ou services ou d'un signe distinctif, d'une manière adaptée au programme au début, à la fin ou pendant celui-ci.

#### Article 18

Le parrainage d'un service de médias audiovisuels à la demande ou de ses programmes est régi par les articles 3 à 7, les articles 9 à 12 et les [articles 19 et 20](#) du décret du 27 mars 1992 susvisé.

- CHAPITRE IV : DISPOSITIONS DIVERSES ET FINALES

#### Article 19

Les articles 2 à 6-1 et l'[article 16](#) du décret du 17 janvier 1990 susvisé sont applicables pour la mise en œuvre des dispositions du présent décret.

#### Article 20

Le décret du 27 mars 1992 susvisé est modifié comme suit :

1° Le deuxième alinéa de l'article 1er est complété par une phrase ainsi rédigée : « La mise à disposition de messages publicitaires, de parrainage et de téléachat par un éditeur de services de médias audiovisuels à la demande est toutefois régie par le décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande. » ;

2° A l'article 4 du décret du 27 mars 1992 susvisé, les mots : « ou de la nationalité » sont remplacés par les mots : « , de la nationalité, du handicap, de l'âge ou de l'orientation sexuelle » ;

3° L'article 12 est rédigé comme suit :

« Art. 12.-Les messages publicitaires sont diffusés dans le respect des dispositions de la loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française. » ;

4° L'article 17 est rédigé comme suit :

« Art. 17.-Pour l'application du présent décret, constitue un parrainage toute contribution d'une entreprise ou d'une personne morale publique ou privée ou d'une personne physique, n'exerçant pas d'activités d'édition de services de télévision ou de médias audiovisuels à la demande ou de production d'œuvres audiovisuelles, au financement de services de télévision ou de programmes dans le but de promouvoir son nom, sa marque, son image ou ses activités. »

#### Article 21

Au plus tard le 30 juin de chaque année, les éditeurs de services de médias audiovisuels à la demande soumis aux dispositions des chapitres Ier et II communiquent au Conseil supérieur de l'audiovisuel une déclaration annuelle relative au respect de leurs obligations.

Les éditeurs assujettis aux dispositions du chapitre Ier produisent une déclaration certifiée par un expert-comptable ou un commissaire aux comptes comprenant les éléments de comptabilité analytique nécessaires à la détermination du chiffre d'affaires de chaque service en fonction de son mode de commercialisation ou de sa nature. Cette déclaration peut également être demandée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel à tout éditeur de services afin de vérifier qu'il n'est pas assujetti aux dispositions du chapitre Ier.

A l'occasion de la déclaration, le Conseil supérieur de l'audiovisuel s'assure que les services de médias audiovisuels à la demande édités par la même personne morale, par la personne qui la contrôle au sens du 2° de l'article 41-3 de la loi du 30 septembre 1986 précitée, par ses filiales ou celles de la personne qui la contrôle ne font pas l'objet d'une commercialisation distincte dans le but de contourner les seuils mentionnés à l'article 1er du présent décret.

## Article 22

Le présent décret entre en vigueur le 1er janvier 2011.

Dans un délai compris entre dix-huit et vingt-quatre mois à compter de l'entrée en vigueur du présent décret, le Conseil supérieur de l'audiovisuel transmet au Gouvernement, après avoir procédé à une consultation publique, un rapport sur l'application des dispositions du présent décret et propose, le cas échéant, les modifications destinées à les adapter à l'évolution des services de médias audiovisuels à la demande et aux relations entre les éditeurs de ces services, les producteurs et les auteurs.

## Article 23

Le présent décret est applicable sur l'ensemble du territoire de la République. Les références du présent décret à des dispositions qui ne sont pas applicables à Mayotte, à Saint-Barthélemy, à Saint-Martin, à Saint-Pierre-et-Miquelon, en Nouvelle-Calédonie, en Polynésie française, à Wallis et Futuna et dans les Terres australes et antarctiques françaises sont remplacées par les références aux dispositions ayant le même objet applicables localement.

## Article 24

Le ministre de la culture et de la communication est chargé de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

Fait à Paris, le 12 novembre 2010.

François Fillon (le Premier ministre :

Frédéric Mitterrand (le ministre de la culture et de la communication)



## I

(Actes législatifs)

## DIRECTIVES

## DIRECTIVE 2010/13/UE DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL

du 10 mars 2010

visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive «Services de médias audiovisuels»)

(version codifiée)

(Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)

LE PARLEMENT EUROPÉEN ET LE CONSEIL DE L'UNION EUROPÉENNE,

vu le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, et notamment son article 53, paragraphe 1, et son article 62,

vu la proposition de la Commission européenne,

statuant conformément à la procédure législative ordinaire <sup>(1)</sup>,

considérant ce qui suit:

(1) La directive 89/552/CEE du Parlement européen et du Conseil du 3 octobre 1989 visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive «Services de médias audiovisuels») <sup>(2)</sup> a été modifiée à plusieurs reprises et de façon substantielle <sup>(3)</sup>. Il convient, dans un souci de clarté et de rationalité, de procéder à la codification de ladite directive.

(2) Les services de médias audiovisuels transfrontières fournis grâce aux différentes technologies sont l'un des moyens permettant de poursuivre les objectifs de l'Union. Certaines mesures sont nécessaires pour assurer le passage des marchés nationaux à un marché commun

de production et de distribution de programmes et garantir des conditions de concurrence loyale sans préjudice de la fonction d'intérêt public qui incombe aux services de médias audiovisuels.

(3) Le Conseil de l'Europe a adopté la convention européenne sur la télévision transfrontière.

(4) À la lumière des nouvelles technologies de transmission de services de médias audiovisuels, un cadre réglementaire relatif à l'exercice d'activités de radiodiffusion devrait tenir compte de l'impact des changements structurels, de la diffusion des technologies de l'information et de la communication (TIC) et des innovations technologiques sur les modèles d'activité, et notamment sur le financement de la radiodiffusion commerciale, et devrait assurer des conditions de compétitivité et de sécurité juridique optimales pour les technologies de l'information et le secteur des médias et des services connexes en Europe, ainsi que le respect de la diversité culturelle et linguistique.

(5) Les services de médias audiovisuels sont des services autant culturels qu'économiques. L'importance grandissante qu'ils revêtent pour les sociétés, la démocratie — notamment en garantissant la liberté d'information, la diversité d'opinions et le pluralisme des médias —, l'éducation et la culture justifie l'application de règles particulières à ces services.

<sup>(1)</sup> Position du Parlement européen du 20 octobre 2009 (non encore parue au Journal officiel), et décision du Conseil du 15 février 2010.

<sup>(2)</sup> JO L 298 du 17.10.1989, p. 23. Le titre initial de l'acte était le suivant: «Directive 89/552/CEE du Conseil du 3 octobre 1989 visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle».

<sup>(3)</sup> Voir annexe I, partie A.

(6) L'article 167, paragraphe 4, du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne impose à l'Union de tenir compte des aspects culturels dans son action au titre d'autres dispositions dudit traité, afin notamment de respecter et de promouvoir la diversité de ses cultures.

- (7) Dans ses résolutions du 1<sup>er</sup> décembre 2005 <sup>(1)</sup> et du 4 avril 2006 <sup>(2)</sup> sur le cycle de Doha et sur les conférences ministérielles de l'OMC, le Parlement européen a demandé que des services publics essentiels, comme les services audiovisuels, soient exclus de la libéralisation dans le cadre des négociations de l'accord général sur le commerce des services (AGCS). Dans sa résolution du 27 avril 2006 <sup>(3)</sup>, le Parlement européen a soutenu la convention de l'Unesco sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, qui relève notamment que «les activités, biens et services culturels ont une double nature, économique et culturelle, parce qu'ils sont porteurs d'identités, de valeurs et de sens et qu'ils ne doivent donc pas être traités comme ayant exclusivement une valeur commerciale». Par sa décision 2006/515/CE du 18 mai 2006 relative à la conclusion de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles <sup>(4)</sup>, le Conseil a approuvé la convention de l'Unesco au nom de la Communauté. La convention est entrée en vigueur le 18 mars 2007. La présente directive respecte les principes de ladite convention.
- (8) Il est essentiel que les États membres veillent à ce que soient évités des actes préjudiciables à la libre circulation et au commerce des émissions télévisées ou susceptibles de favoriser la formation de positions dominantes qui imposeraient des limites au pluralisme et à la liberté de l'information télévisée ainsi que de l'information dans son ensemble.
- (9) La présente directive ne préjuge pas les actes en vigueur ou futurs de l'Union en matière d'harmonisation, qui ont notamment pour objet de faire respecter les impératifs concernant la défense des consommateurs, la loyauté des transactions commerciales et la concurrence.
- (10) Les services de médias audiovisuels traditionnels — tels que la télévision — et les nouveaux services de médias audiovisuels à la demande offrent d'importantes possibilités d'emploi dans l'Union, notamment dans les petites et moyennes entreprises, et stimulent la croissance économique et l'investissement. Compte tenu de l'importance de conditions de concurrence égales et d'un véritable marché européen des services de médias audiovisuels, les principes de base du marché intérieur, tels que la libre concurrence et l'égalité de traitement, devraient être respectés de manière à assurer la transparence et la prévisibilité sur les marchés des services de médias audiovisuels et à abaisser les barrières à l'entrée sur ces marchés.
- (11) Il est nécessaire, pour éviter les distorsions de concurrence, renforcer la sécurité juridique, contribuer à l'achèvement du marché intérieur et faciliter l'émergence d'un espace unique de l'information, d'appliquer à tous les services de médias audiovisuels, tant la radiodiffusion télévisuelle (c'est-à-dire les services de médias audiovisuels linéaires) que les services de médias audiovisuels à la demande (c'est-à-dire les services de médias audiovisuels non linéaires), au moins un ensemble minimal de règles coordonnées.
- (12) Le 15 décembre 2003, la Commission a adopté une communication sur l'avenir de la politique de réglementation européenne dans le domaine de l'audiovisuel dans laquelle elle souligne que la politique réglementaire mise en œuvre dans ce secteur doit, aujourd'hui comme à l'avenir, préserver certains intérêts publics tels que la diversité culturelle, le droit à l'information, le pluralisme des médias, la protection des mineurs et celle des consommateurs et élever le niveau de connaissance et de formation du public en matière de médias.
- (13) La résolution du Conseil et des représentants des gouvernements des États membres, réunis au sein du Conseil, du 25 janvier 1999 concernant le service public de radiodiffusion <sup>(5)</sup> a une nouvelle fois affirmé que l'accomplissement de la mission du service public de radiodiffusion exige que celle-ci continue à bénéficier des progrès technologiques. La coexistence de fournisseurs privés et publics de services de médias audiovisuels est caractéristique du marché européen des médias audiovisuels.
- (14) Afin de favoriser la croissance et l'emploi dans les secteurs de la société de l'information et des médias, la Commission a adopté l'initiative «i2010: Une société de l'information pour la croissance et l'emploi». Cette initiative est une vaste stratégie destinée à stimuler la production de contenus européens, le développement de l'économie numérique et l'adoption des TIC, dans un contexte de convergence des services liés à la société de l'information et des services de médias, des réseaux et équipements, en modernisant et en déployant tous les instruments de la politique de l'Union: instruments réglementaires, ainsi que recherche et partenariats avec l'industrie. La Commission s'est engagée à créer un cadre cohérent pour le marché intérieur des services liés à la société de l'information et aux médias, en modernisant le cadre juridique régissant les services audiovisuels. L'objectif de l'initiative i2010 sera en principe atteint en donnant aux entreprises la possibilité de croître dans un contexte caractérisé par une régulation minimale, et en permettant aux petites entreprises naissantes, qui créent la richesse et les emplois de demain, de se développer, d'innover et de créer des emplois dans le cadre d'un marché libre.
- (15) Le Parlement européen a adopté, le 4 septembre 2003 <sup>(6)</sup>, le 22 avril 2004 <sup>(7)</sup> et le 6 septembre 2005 <sup>(8)</sup>, des résolutions qui soutiennent sur le principe l'approche générale consistant à définir des règles essentielles pour tous les services de médias audiovisuels et des règles supplémentaires pour les services de radiodiffusion télévisuelle.

<sup>(1)</sup> JO C 30 du 5.2.1999, p. 1.

<sup>(2)</sup> Résolution du Parlement européen sur la «Télévision sans frontières» (JO C 76 E du 25.3.2004, p. 453).

<sup>(3)</sup> Résolution du Parlement européen sur les risques de violation, dans l'Union européenne et particulièrement en Italie, de la liberté d'expression et d'information (article 11, paragraphe 2, de la Charte des droits fondamentaux) (JO C 104 E du 30.4.2004, p. 1026).

<sup>(4)</sup> Résolution du Parlement européen sur l'application des articles 4 et 5 de la directive 89/552/CEE «Télévision sans frontières», telle que modifiée par la directive 97/36/CE, pour la période 2001-2002 (JO C 193 E du 17.8.2006, p. 117).

<sup>(1)</sup> JO C 285 E du 22.11.2006, p. 126.

<sup>(2)</sup> JO C 293 E du 2.12.2006, p. 155.

<sup>(3)</sup> JO C 296 E du 6.12.2006, p. 104.

<sup>(4)</sup> JO L 201 du 25.7.2006, p. 15.

- (16) La présente directive renforce le respect des droits fondamentaux et est parfaitement conforme aux principes reconnus par la charte des droits fondamentaux de l'Union européenne<sup>(1)</sup>, notamment à son article 11. À cet égard, la présente directive ne devrait en aucune façon empêcher les États membres d'appliquer leurs dispositions constitutionnelles en matière de liberté de la presse et de liberté d'expression dans les médias.
- (17) La présente directive ne devrait pas porter atteinte aux obligations qui incombent aux États membres en vertu de la directive 98/34/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 juin 1998 prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et réglementations techniques et des règles relatives aux services de la société de l'information<sup>(2)</sup>. Dès lors, les projets de mesures nationales applicables aux services de médias audiovisuels à la demande, qui seraient plus détaillées ou plus strictes que les mesures qui sont requises pour la simple transposition de la directive 2007/65/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2007 modifiant la directive 89/552/CEE du Conseil visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle<sup>(3)</sup>, devraient être soumis aux obligations de procédure visées à l'article 8 de la directive 98/34/CE.
- (18) Conformément à son article 1<sup>er</sup>, paragraphe 3, la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques (directive «cadre»)<sup>(4)</sup> est sans préjudice des mesures prises au niveau de l'Union ou au niveau national pour poursuivre des objectifs d'intérêt général, notamment en ce qui concerne la réglementation en matière de contenus et la politique audiovisuelle.
- (19) La présente directive n'affecte pas les compétences que possèdent les États membres et leurs autorités en ce qui concerne l'organisation — y compris les systèmes de concession, d'autorisation administrative ou de taxation — et le financement des émissions, ainsi que le contenu des programmes. L'indépendance de l'évolution culturelle d'un État membre à l'autre et la diversité culturelle de l'Union restent ainsi préservées.
- (20) Aucune disposition de la présente directive ne devrait obliger ou encourager les États membres à imposer de nouveaux systèmes d'octroi de licences ou d'autorisations administratives pour aucun type de service de médias audiovisuels.
- (21) Aux fins de la présente directive, la définition du service de médias audiovisuels devrait couvrir exclusivement les services de médias audiovisuels, que ce soit de la radiodiffusion télévisuelle ou à la demande, qui sont des médias de masse, c'est-à-dire qui sont destinés à être reçus par une part importante de la population et qui sont susceptibles d'avoir sur elle un impact manifeste.
- Son champ d'application ne devrait couvrir que les services tels que définis par le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, et donc englober toutes les formes d'activité économique, y compris l'activité économique des entreprises de service public, mais exclure les activités dont la vocation première n'est pas économique et qui ne sont pas en concurrence avec la radiodiffusion télévisuelle, comme les sites web privés et les services qui consistent à fournir ou à diffuser du contenu audiovisuel créé par des utilisateurs privés à des fins de partage et d'échange au sein de communautés d'intérêt.
- (22) Aux fins de la présente directive, la définition du service de médias audiovisuels devrait couvrir les médias de masse en tant que moyens d'information, de divertissement et d'éducation du grand public, et devrait inclure les communications audiovisuelles commerciales, mais exclure toute forme de correspondance privée, comme les messages électroniques envoyés à un nombre limité de destinataires. Cette définition devrait exclure tous les services dont la finalité principale n'est pas la fourniture de programmes, autrement dit les services dont le contenu audiovisuel est secondaire et ne constitue pas la finalité principale. Tel est par exemple le cas des sites web qui ne contiennent des éléments audiovisuels qu'à titre accessoire, comme des éléments graphiques animés, de brefs spots publicitaires ou des informations concernant un produit ou un service non audiovisuel. Pour ces mêmes raisons, les jeux de hasard impliquant une mise correspondant à une valeur monétaire, y compris les loteries, les paris et les autres formes de jeux d'argent, de même que les jeux en ligne et les moteurs de recherche, devraient également être exclus du champ d'application de la présente directive, mais pas les émissions consacrées aux jeux d'argent ou de hasard.
- (23) Aux fins de la présente directive, le terme «audiovisuel» devrait se référer aux images animées, combinées ou non à du son, et donc couvrir les films muets, mais pas la transmission audio ni les services de radiodiffusion. Si le principal objectif d'un service de média audiovisuel est la fourniture de programmes, la définition d'un tel service devrait également s'appliquer au contenu fondé sur le texte qui accompagne de tels programmes, comme les services de sous-titrage et les guides électroniques de programmes. Les services textuels autonomes ne devraient pas relever de la présente directive, ce qui ne devrait pas porter atteinte à la liberté des États membres de réglementer ces services au niveau national, conformément au traité sur le fonctionnement de l'Union européenne.
- (24) Les services de médias audiovisuels à la demande présentent la caractéristique d'être «de type télévisuel», ce qui signifie que, s'adressant au même public, ils sont en concurrence avec la radiodiffusion télévisuelle et que, vu le type et le mode d'accès au service, l'utilisateur pourrait normalement s'attendre à bénéficier d'une protection réglementaire dans le cadre de la présente directive. Par conséquent, afin d'éviter les disparités en ce qui concerne la libre circulation et la concurrence, la notion de «programme» devrait être interprétée d'une manière dynamique qui tienne compte de l'évolution de la radiodiffusion télévisuelle.

(1) JO C 364 du 18.12.2000, p. 1.

(2) JO L 204 du 21.7.1998, p. 37.

(3) JO L 332 du 18.12.2007, p. 27.

(4) JO L 108 du 24.4.2002, p. 33.

- (25) La définition de la responsabilité éditoriale revêt une importance essentielle pour la définition du rôle du fournisseur de services de médias et, partant, pour celle des services de médias audiovisuels. Les États membres peuvent préciser certains aspects de la définition de la responsabilité éditoriale, notamment la notion de «contrôle effectif» lorsqu'ils adoptent les dispositions mettant en œuvre la présente directive. La présente directive devrait être sans préjudice des exonérations de responsabilité prévues par la directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur (directive sur le commerce électronique) <sup>(1)</sup>.
- (26) Aux fins de la présente directive, la définition du fournisseur de services de médias devrait exclure les personnes physiques ou morales qui ne font que diffuser des programmes dont la responsabilité éditoriale incombe à des tiers.
- (27) La radiodiffusion télévisuelle comprend actuellement, en particulier, la télévision analogique et numérique, la diffusion en flux, la télédiffusion sur le web et la quasi vidéo à la demande, alors que la vidéo à la demande, par exemple, relève des services de médias audiovisuels à la demande. D'une manière générale, pour la radiodiffusion télévisuelle ou les programmes télévisés qui sont également proposés par le même fournisseur de services de médias sous forme de services de médias audiovisuels à la demande, les exigences de la présente directive devraient être réputées satisfaites lorsque les exigences applicables à la radiodiffusion télévisuelle, c'est-à-dire un service de médias audiovisuels linéaire, le sont. Cependant, lorsque différents types de services clairement distincts sont offerts en parallèle, la présente directive devrait s'appliquer à chacun d'eux.
- (28) Le champ d'application de la présente directive devrait exclure les versions électroniques des journaux et des magazines.
- (29) Les caractéristiques des services de médias figurant dans leur définition et expliquées aux considérants 21 à 28 devraient toutes être réunies simultanément.
- (30) Dans le contexte de la radiodiffusion télévisuelle, la notion de vision simultanée devrait aussi englober la vision quasi simultanée, en raison des variations du bref décalage entre la transmission et la réception de l'émission, pour des raisons techniques inhérentes au processus de transmission.
- (31) La présente directive devrait fournir une définition large des communications commerciales audiovisuelles, laquelle ne devrait toutefois pas inclure les messages de service public et les appels en faveur d'œuvres de bienfaisance diffusés gratuitement.
- (32) Aux fins de la présente directive, il y a lieu de définir les «œuvres européennes» sans préjudice de la possibilité pour les États membres de préciser cette définition en ce qui concerne les fournisseurs de services de médias audiovisuels relevant de leur compétence dans le respect du droit de l'Union et compte tenu des objectifs de la présente directive.
- (33) Le principe du pays d'origine devrait être vu comme au cœur de la présente directive, compte tenu de son importance primordiale pour la création d'un marché intérieur. Ce principe devrait être appliqué à tous les services de médias audiovisuels afin de garantir aux fournisseurs de services de médias la sécurité juridique indispensable à la mise en place de nouveaux modèles d'activité et au déploiement de ces services. Il est également essentiel pour garantir la libre circulation de l'information et des programmes audiovisuels dans le marché intérieur.
- (34) Afin de promouvoir un secteur audiovisuel européen solide, compétitif et intégré et de favoriser le pluralisme des médias à travers toute l'Union, un fournisseur de services de médias ne devrait relever de la compétence que d'un seul État membre, et le pluralisme de l'information devrait être un principe fondamental de l'Union.
- (35) La fixation d'une série de critères matériels est censée déterminer de façon exhaustive qu'un seul État membre est compétent vis-à-vis d'un fournisseur de services de médias en ce qui concerne la prestation des services faisant l'objet de la présente directive. Néanmoins, compte tenu de la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne et afin d'éviter des cas de «vide de compétence», il convient de poser le critère d'établissement au sens des articles 49 à 55 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne comme critère final déterminant la compétence d'un État membre.
- (36) L'obligation de l'État membre d'origine de s'assurer que des émissions sont conformes à la législation nationale telle que coordonnée par la présente directive est suffisante, au regard du droit de l'Union, pour garantir la libre circulation des émissions sans qu'un second contrôle pour les mêmes motifs soit nécessaire dans les États membres de réception. Toutefois, l'État membre de réception peut, à titre exceptionnel et dans des conditions déterminées, suspendre provisoirement la retransmission d'émissions télévisées.
- (37) Il ne devrait être possible de restreindre la liberté de fourniture des services de médias audiovisuels à la demande que dans le respect de conditions et de procédures reproduisant les conditions et procédures déjà établies à l'article 3, paragraphes 4, 5 et 6, de la directive 2000/31/CE.
- (38) En raison des progrès technologiques, notamment en ce qui concerne les programmes numériques par satellite, les critères subsidiaires devraient être adaptés afin d'assurer une réglementation appropriée et une mise en œuvre efficace, et de laisser aux opérateurs un réel pouvoir de décision quant au contenu des services de médias audiovisuels.

<sup>(1)</sup> JO L 178 du 17.7.2000, p. 1.



- (39) Étant donné que la présente directive concerne les services proposés au grand public dans l'Union, elle ne devrait s'appliquer qu'aux services de médias audiovisuels qui peuvent être reçus directement ou indirectement par le public d'un ou plusieurs États membres au moyen d'équipements grand public standard. Il devrait incomber aux autorités nationales compétentes de définir les «équipements grand public standard».
- (40) Les articles 49 à 55 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne établissent le droit fondamental à la liberté d'établissement. En conséquence, les fournisseurs de services de médias devraient généralement pouvoir choisir librement les États membres dans lesquels ils s'établissent. La Cour de justice a également souligné que «le traité n'interdit pas à une entreprise d'exercer la liberté de prestation de services lorsqu'elle n'offre pas de services dans l'État membre dans lequel elle est établie»<sup>(1)</sup>.
- (41) Les États membres devraient pouvoir appliquer aux fournisseurs de services de médias relevant de leur compétence des règles plus spécifiques ou plus strictes dans les domaines coordonnés par la présente directive, en veillant à ce que ces règles soient en conformité avec les principes généraux du droit de l'Union. Pour régler les situations dans lesquelles un organisme de radiodiffusion télévisuelle relevant de la compétence d'un État membre diffuse une émission télévisée entièrement ou principalement destinée au territoire d'un autre État membre, l'exigence imposée aux États membres de coopérer entre eux et, en cas de contournement, la codification de la jurisprudence de la Cour de justice<sup>(2)</sup>, combinée à une procédure plus efficace, seraient une solution appropriée tenant compte des préoccupations des États membres sans remettre en question l'application correcte du principe du pays d'origine. La notion de règles d'intérêt public général a été développée par la Cour de justice dans sa jurisprudence relative aux articles 43 et 49 du traité CE (actuels articles 49 et 56 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne) et recouvre notamment les règles relatives à la protection des consommateurs, à la protection des mineurs et à la politique culturelle. L'État membre demandant la coopération devrait veiller à ce que ces règles nationales particulières soient objectivement nécessaires, appliquées de manière non discriminatoire et proportionnées.
- (42) Lorsqu'un État membre évalue, au cas par cas, si la diffusion par un fournisseur de services de médias établi dans un autre État membre est entièrement ou principalement destinée à son territoire, il peut se fonder sur des indices
- tels que l'origine des recettes publicitaires télévisuelles et/ou d'abonnement, la langue principale du service ou l'existence de programmes ou de communications commerciales visant spécifiquement le public de l'État membre de réception.
- (43) En vertu de la présente directive, les États membres peuvent encore, nonobstant l'application du principe du pays d'origine, prendre des mesures limitant la liberté de circulation de la radiodiffusion télévisuelle, mais seulement aux conditions énumérées et suivant la procédure définie par la présente directive. Toutefois, selon la jurisprudence constante de la Cour de justice, toute restriction à la libre prestation de services doit, comme toutes les dérogations à un principe fondamental du traité, être interprétée de manière restrictive<sup>(3)</sup>.
- (44) Dans sa communication au Conseil et au Parlement européen intitulée «Améliorer la réglementation en matière de croissance et d'emploi dans l'Union européenne», la Commission souligne qu'il doit être procédé à «une analyse détaillée de l'approche réglementaire appropriée, en particulier si la législation est préférable pour le secteur et le problème concernés ou si l'on peut envisager d'autres solutions, par exemple la corégulation ou l'autorégulation». De plus, l'expérience a montré que les instruments tant de corégulation que d'autorégulation mis en œuvre sur le fondement des différentes traditions juridiques des États membres peuvent jouer un rôle important pour garantir un haut niveau de protection des consommateurs. Les mesures visant à atteindre les objectifs d'intérêt public dans le secteur des nouveaux services de médias audiovisuels sont plus efficaces si elles sont prises avec le soutien actif des fournisseurs de service eux-mêmes. Ainsi, l'autorégulation représente un type d'initiative volontaire qui permet aux opérateurs économiques, aux partenaires sociaux, aux organisations non gouvernementales ou aux associations d'adopter entre eux et pour eux-mêmes des lignes directrices communes.

Les États membres devraient, dans le respect de leurs différentes traditions juridiques, reconnaître le rôle que peut jouer une autorégulation efficace en tant que complément aux mécanismes législatifs, judiciaires et/ou administratifs existants, ainsi que l'utilité de sa contribution à la réalisation des objectifs énoncés dans la présente directive. Toutefois, si l'autorégulation peut constituer une méthode complémentaire pour la mise en œuvre de certaines dispositions de la présente directive, elle ne devrait pas pouvoir se substituer aux obligations qui incombent au législateur national. La corégulation, dans sa forme la plus simple, assure un «lien juridique» entre l'autorégulation et le législateur national, dans le respect des traditions juridiques des États membres. La possibilité d'une intervention de l'État devrait exister, dans le cadre de la corégulation, lorsque les objectifs du système ne sont pas atteints. Sans préjudice des obligations formelles des États membres en matière de transposition, la présente directive encourage l'utilisation de la corégulation et de l'autorégulation, ce qui ne devrait pas obliger

(1) Arrêt du 5 juin 1997 dans l'affaire C-56/96, *VT4 Ltd/Vlaamse Gemeenschap*, Recueil 1997, p. I-3143, point 22; arrêt du 9 mars 1999 dans l'affaire C-212/97, *Centros/Erhvervs- og Selskabsstyrelsen*, Recueil 1999, p. I-1459. Voir également l'arrêt du 10 septembre 1996 dans l'affaire C-11/95, *Commission/Belgique*, Recueil 1996, p. I-4115 et l'arrêt du 29 mai 1997 dans l'affaire C-14/96, *Paul Denuit*, Recueil 1997, p. I-2785.

(2) Affaire C-212/97, *Centros/Erhvervs- og Selskabsstyrelsen*, précitée; arrêt du 3 décembre 1974 dans l'affaire 33/74, *Van Binsbergen/Bestuur van de Bedrijfsvereniging*, Recueil 1974, p. 1299; arrêt du 5 octobre 1994 dans l'affaire C-23/93, *TV 10 SA/Commissariaat voor de MEDIA*, Recueil 1994, p. I-4795, point 21.

(3) Affaire C-355/98, *Commission/Belgique*, Recueil 2000, p. I-1221, point 28; affaire C-348/96, *Calfa*, Recueil 1999, p. I-11, point 23.

les États membres à instaurer des régimes de corégulation et/ou d'autorégulation ni porter atteinte aux initiatives en matière de corégulation ou d'autorégulation qui ont déjà été prises au sein des États membres et qui fonctionnent efficacement.

- (45) Compte tenu de la nature spécifique des services de médias audiovisuels et, en particulier, de l'influence qu'ils exercent sur la manière dont le public se forme une opinion, il est essentiel que les utilisateurs sachent exactement qui est responsable du contenu de ces services. Il importe donc que les États membres veillent à ce que les utilisateurs disposent à tout moment d'un accès simple et direct aux informations concernant le fournisseur de services de médias. Il appartient à chaque État membre de décider des modalités pratiques qui permettront d'atteindre cet objectif sans porter atteinte aux autres dispositions applicables du droit de l'Union.
- (46) Le droit des personnes handicapées et des personnes âgées à participer et à s'intégrer à la vie sociale et culturelle de l'Union est indissociable de la fourniture de services de médias audiovisuels accessibles. Les moyens pour parvenir à l'accessibilité devraient comprendre, mais de manière non exhaustive, la langue des signes, le sous-titrage, la description audio et la réalisation de menus de navigation faciles à comprendre.
- (47) La notion d'«éducation aux médias» désigne les compétences, les connaissances et la compréhension permettant aux consommateurs d'utiliser les médias d'une manière sûre et efficace. Les personnes éduquées aux médias sont aptes à poser des choix reposant sur des informations solides, à comprendre la nature des contenus et des services et à profiter de tout l'éventail des possibilités offertes par les nouvelles technologies de communication. Elles sont mieux à même de se protéger et de protéger leur famille de matériels préjudiciables ou choquants. Il convient par conséquent de favoriser le développement de l'éducation aux médias à tous les niveaux de la société et de suivre attentivement les progrès réalisés en la matière. La recommandation du Parlement européen et du Conseil du 20 décembre 2006 sur la protection des mineurs et de la dignité humaine et sur le droit de réponse en liaison avec la compétitivité de l'industrie européenne des services audiovisuels et d'information en ligne <sup>(1)</sup> prévoit déjà une série de mesures possibles pour promouvoir l'éducation aux médias, par exemple l'éducation permanente des enseignants et des formateurs, une formation axée sur l'internet à l'intention des enfants dès le plus jeune âge, comprenant des sessions ouvertes aux parents, ou l'organisation de campagnes nationales à l'intention des citoyens, mobilisant tous les moyens de communication, afin d'informer sur une utilisation responsable de l'internet.
- (48) Les droits de radiodiffusion télévisuelle à des fins de divertissement afférents à des manifestations présentant un grand intérêt pour le public peuvent être acquis par les organismes de radiodiffusion télévisuelle en exclusivité. Il est cependant essentiel de promouvoir le pluralisme dans la production et la programmation des informations dans l'Union et de respecter les principes

reconnus par l'article 11 de la charte des droits fondamentaux de l'Union européenne.

- (49) Il est essentiel que les États membres soient à même de prendre des mesures destinées à protéger le droit à l'information et à assurer un large accès du public aux retransmissions télévisées d'événements, nationaux ou non, d'une importance majeure pour la société, tels que les jeux Olympiques, la coupe du monde et le championnat d'Europe de football. À cette fin, les États membres conservent le droit de prendre des mesures compatibles avec le droit de l'Union en vue de réglementer l'exercice, par les organismes de radiodiffusion télévisuelle relevant de leur compétence, des droits exclusifs de retransmission de tels événements.
- (50) Il convient de prendre des dispositions, dans le cadre de l'Union, afin d'éviter les risques d'insécurité juridique et de distorsion de marché et de concilier la libre circulation des services télévisés et la nécessité d'empêcher que soient éventuellement contournées des mesures nationales destinées à protéger un intérêt général légitime.
- (51) Il convient notamment de prévoir des dispositions concernant l'exercice, par les organismes de radiodiffusion télévisuelle, de droits exclusifs de retransmission qu'ils auraient achetés pour des événements jugés d'une importance majeure pour la société dans un État membre autre que celui qui est compétent pour les organismes de radiodiffusion télévisuelle. Afin d'éviter les achats spéculatifs de droits visant à contourner les mesures nationales, il convient d'appliquer les dispositions en question aux contrats conclus après la publication de la directive 97/36/CE du Parlement européen et du Conseil <sup>(2)</sup> et pour les événements qui ont lieu après la date de mise en œuvre de ladite directive. En cas de renouvellement de contrats antérieurs à la publication de ladite directive, lesdits contrats sont considérés comme de nouveaux contrats.
- (52) Des événements d'importance majeure pour la société devraient, aux fins de la présente directive, satisfaire à certains critères, c'est-à-dire qu'il doit s'agir d'événements extraordinaires qui présentent un intérêt pour le grand public dans l'Union ou dans un État membre déterminé ou dans une partie importante d'un État membre déterminé et être organisés à l'avance par un organisateur d'événements qui a légalement le droit de vendre les droits relatifs à ces événements.
- (53) Aux fins de la présente directive, on entend par «télévision à accès libre» l'émission sur une chaîne, publique ou commerciale, de programmes qui sont accessibles au public sans paiement autre que les modes de financement de la radiodiffusion qui sont les plus répandus dans chaque État membre (comme la redevance télévision et/ou l'abonnement de base à un réseau câblé).
- (54) Les États membres ont la faculté de prendre les mesures qu'ils estiment appropriées à l'égard des émissions provenant de pays tiers et ne répondant pas aux conditions fixées à l'article 2, à condition de respecter le droit et les obligations internationales de l'Union.

<sup>(1)</sup> JO L 378 du 27.12.2006, p. 72.

<sup>(2)</sup> JO L 202 du 30.7.1997, p. 60.

(55) Afin de sauvegarder la liberté fondamentale de recevoir des informations et d'assurer de façon complète et adéquate la protection des intérêts des téléspectateurs dans l'Union, les titulaires de droits d'exclusivité en matière de radiodiffusion télévisuelle afférents à une manifestation présentant un grand intérêt pour le public devraient octroyer aux autres organismes de radiodiffusion télévisuelle le droit d'utiliser de courts extraits dans leurs programmes d'information générale dans des conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires, prenant dûment en compte les droits exclusifs. Ces conditions devraient être communiquées suffisamment longtemps avant le déroulement de la manifestation présentant un grand intérêt pour le public, pour permettre aux autres opérateurs d'exercer ce droit. Un organisme de radiodiffusion télévisuelle devrait pouvoir exercer ce droit via un intermédiaire agissant spécifiquement pour son compte, au cas par cas. Ces courts extraits pourraient être utilisés dans des émissions diffusées dans l'ensemble de l'Union par n'importe quelle chaîne, y compris les chaînes sportives, et leur durée ne devrait pas dépasser 90 secondes. Le droit d'accès aux courts extraits ne devrait s'appliquer sur une base transfrontière que lorsque cela est nécessaire. Par conséquent, un organisme de radiodiffusion télévisuelle devrait d'abord demander l'accès à un organisme de radiodiffusion télévisuelle établi dans le même État membre et titulaire de droits d'exclusivité pour la manifestation présentant un grand intérêt pour le public.

La notion de programme général d'actualité ne devrait pas couvrir la compilation de courts extraits pour en faire des programmes à des fins de divertissement. Le principe du pays d'origine devrait s'appliquer tant à l'accès aux courts extraits qu'à leur diffusion. Dans un contexte transfrontière, les différentes législations devraient donc s'appliquer successivement. Premièrement, en ce qui concerne l'accès aux courts extraits, la législation de l'État membre d'établissement de l'organisme de radiodiffusion télévisuelle fournissant le signal initial (c'est-à-dire celui qui donne l'accès) devrait s'appliquer. Il s'agit habituellement de l'État membre où se déroule la manifestation en question. Lorsqu'un État membre a établi un système équivalent d'accès à la manifestation en question, c'est sa législation qui s'applique en tout état de cause. Deuxièmement, en ce qui concerne la diffusion de courts extraits, la législation de l'État membre d'établissement de l'organisme de radiodiffusion télévisuelle transmettant les courts extraits devrait s'appliquer.

(56) Les exigences de la présente directive, en ce qui concerne l'accès aux manifestations présentant un grand intérêt pour le public pour la réalisation de brefs reportages d'actualité, devraient être sans préjudice des dispositions de la directive 2001/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 mai 2001 sur l'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information<sup>(1)</sup> et des conventions internationales pertinentes dans le domaine des droits d'auteur et des droits voisins. Les États membres devraient faciliter l'accès à des manifestations présentant un grand intérêt pour le public en permettant l'accès au signal de l'organisme de radiodiffusion télévisuelle au sens de la présente

directive. Toutefois, ils peuvent choisir d'autres moyens équivalents au sens de la présente directive. De tels moyens comprennent notamment l'accès au lieu où se déroulent ces manifestations avant l'octroi de l'accès au signal. Les organismes de radiodiffusion télévisuelle ne devraient pas être empêchés de conclure des contrats plus détaillés.

(57) Il convient de garantir que les fournisseurs de services de médias puissent fournir ultérieurement, à la demande, leurs programmes d'informations déjà diffusés en direct sans avoir à adapter le programme individuel (c'est-à-dire sans avoir à en supprimer les courts extraits). Cette possibilité devrait être limitée à la fourniture à la demande du même programme de radiodiffusion télévisuelle par le même fournisseur de services de médias, afin qu'elle ne puisse être utilisée pour créer de nouveaux modèles d'activité à la demande sur la base de courts extraits.

(58) Les services de médias audiovisuels à la demande diffèrent de la radiodiffusion télévisuelle eu égard au choix, au contrôle que l'utilisateur peut exercer et à l'impact qu'ils ont sur la société<sup>(2)</sup>. Cela justifie une réglementation plus légère des services de médias audiovisuels à la demande, qui ne devraient se conformer qu'aux règles minimales prévues par la présente directive.

(59) La présence de contenus préjudiciables dans les services de médias audiovisuels est une source de préoccupation constante pour les législateurs, le secteur des médias et les parents. De nouveaux défis devront être relevés, en liaison notamment avec les nouvelles plates-formes et les nouveaux produits. Des règles pour la protection de l'épanouissement physique, mental et moral des mineurs et pour la sauvegarde de la dignité humaine dans tous les services de médias audiovisuels, y compris les communications commerciales audiovisuelles, sont dès lors nécessaires.

(60) Les mesures pour la protection de l'épanouissement physique, mental et moral des mineurs et de la dignité humaine devraient être soigneusement mises en balance avec le droit fondamental à la liberté d'expression prévu par la charte des droits fondamentaux de l'Union européenne. Par conséquent, ces mesures, telles que l'utilisation de numéros d'identification personnels (codes PIN), de systèmes de filtrage ou d'étiquetage, devraient viser à garantir une protection suffisante de l'épanouissement physique, mental et moral des mineurs et de la dignité humaine, surtout en ce qui concerne les services de médias audiovisuels à la demande. La recommandation sur la protection des mineurs et de la dignité humaine et sur le droit de réponse reconnaît déjà l'importance des systèmes de filtrage et d'étiquetage et prévoit plusieurs mesures en faveur des mineurs, telles que la fourniture systématique aux utilisateurs, lorsqu'ils s'abonnent auprès d'un fournisseur d'accès, d'un système de filtrage efficace, actualisable et facile à utiliser, ou l'accès à des services spécifiquement conçus pour les enfants et pourvus de systèmes automatiques de filtrage.

<sup>(1)</sup> JO L 167 du 22.6.2001, p. 10.

<sup>(2)</sup> Affaire C-89/04, *Mediakabel BV/Commissariaat voor de MEDIA*, Recueil 2005, p. I-4891.



- (61) En tout état de cause, les fournisseurs de services de médias relevant de la compétence des États membres devraient être soumis, dans tous les cas, à l'interdiction de la diffusion de contenus pédopornographiques, en application des dispositions de la décision-cadre 2004/68/JAI du Conseil du 22 décembre 2003 relative à la lutte contre l'exploitation sexuelle des enfants et la pédopornographie <sup>(1)</sup>.
- (62) Aucune des dispositions de la présente directive concernant la protection de l'épanouissement physique, mental et moral des mineurs et de la dignité humaine n'exige que les mesures prises afin de protéger ces intérêts soient mises en œuvre par le biais d'un contrôle préalable des services de médias audiovisuels par des organismes publics.
- (63) Une coordination est nécessaire pour assurer aux personnes et aux industries productrices de programmes télévisés à vocation culturelle un meilleur accès à la profession et à son exercice.
- (64) Des exigences minimales applicables à toutes les émissions télévisées, publiques ou privées, de l'Union en ce qui concerne les productions audiovisuelles européennes sont un moyen permettant de promouvoir la production, la production indépendante et la distribution dans les industries susmentionnées et complètent d'autres instruments qui ont été ou seront proposés dans le même sens.
- (65) Il importe dès lors de promouvoir la formation de marchés qui aient une taille suffisante pour que les productions télévisuelles des États membres puissent amortir les investissements nécessaires, non seulement en établissant des règles communes ouvrant les marchés nationaux les uns aux autres, mais aussi, chaque fois que cela est réalisable, en œuvrant par les moyens appropriés pour que les productions européennes soient majoritaires dans les émissions de télévision des États membres. Pour permettre l'application de ces règles et la poursuite de ces objectifs, les États membres devraient faire rapport à la Commission sur la réalisation de la proportion que la présente directive prévoit de réserver aux œuvres européennes et aux productions indépendantes. Pour le calcul de cette proportion, il convient de tenir compte de la situation particulière de la Grèce et du Portugal. La Commission devrait porter le rapport de chaque État membre à la connaissance des autres en l'assortissant, le cas échéant, d'un avis tenant compte, notamment, du progrès réalisé par rapport aux années précédentes, de la part que les œuvres de première diffusion représentent dans la programmation, des circonstances particulières des nouveaux organismes de télédiffusion et de la situation spécifique des pays à faible capacité de production audiovisuelle ou à aire linguistique restreinte.
- (66) Il importe de rechercher les instruments et procédures appropriés et conformes au droit de l'Union qui favoriseraient la réalisation des objectifs de la présente directive en vue de l'adoption des mesures qui s'imposent pour encourager l'activité et le développement de la production et de la distribution audiovisuelles européennes, notamment dans les pays à faible capacité de production ou à aire linguistique restreinte.
- (67) Les proportions d'œuvres européennes doivent être atteintes en tenant compte des réalités économiques. Par conséquent, un système de progressivité est nécessaire pour réaliser cet objectif.
- (68) Le fait de s'engager à diffuser, dans la mesure du possible, une certaine proportion d'œuvres indépendantes réalisées par des producteurs indépendants des organismes de radiodiffusion télévisuelle encouragera l'apparition de nouvelles sources de production télévisuelle, notamment la création de petites et moyennes entreprises. Il en résultera de nouvelles possibilités et de nouveaux débouchés pour le génie créatif, pour les professions culturelles et pour les travailleurs du secteur de la culture.
- (69) Les services de médias audiovisuels à la demande pourraient remplacer en partie la radiodiffusion télévisuelle. En conséquence, ils devraient favoriser, autant que possible, la production et la diffusion d'œuvres européennes et promouvoir ainsi activement la diversité culturelle. Ce soutien aux œuvres européennes pourrait par exemple prendre la forme de contributions financières de ces services à la production d'œuvres européennes et à l'acquisition de droits sur ces œuvres, du respect d'un pourcentage minimal d'œuvres européennes dans les catalogues de vidéos à la demande, ou de la présentation attrayante des œuvres européennes dans les guides électroniques des programmes. Il est important de réexaminer périodiquement l'application des dispositions relatives à la promotion des œuvres européennes par les services de médias audiovisuels. Dans le cadre des rapports communiqués en application de la présente directive, les États membres devraient également prendre en compte, notamment, la contribution financière de ces services à la production d'œuvres européennes et à l'acquisition de droits sur ces œuvres, la part des œuvres européennes dans les catalogues des services de médias audiovisuels, et la consommation réelle des œuvres européennes proposées par ces services.
- (70) Lors de la mise en œuvre de l'article 16, les États membres devraient encourager les organismes de radiodiffusion télévisuelle à inclure dans leur programmation une part adéquate de coproductions européennes ou d'œuvres européennes originaires d'un autre pays.
- (71) Les États membres, lorsqu'ils définissent la notion de «producteurs indépendants d'organismes de radiodiffusion télévisuelle» visés à l'article 17, devraient prendre dûment en considération, notamment, des critères tels que la propriété de la société de production, la quantité de programmes fournis au même organisme de radiodiffusion télévisuelle et la propriété de droits secondaires.
- (72) Les articles 16 et 17 de la présente directive ne devraient pas s'appliquer aux chaînes émettant entièrement dans une langue autre que celles des États membres. Toutefois, lorsque cette langue ou ces langues représentent une part substantielle mais non exclusive du temps de transmission de la chaîne, les articles 16 et 17 ne devraient pas s'appliquer à cette part du temps de transmission.

<sup>(1)</sup> JO L 13 du 20.1.2004, p. 44.



- (73) Des dispositifs nationaux de soutien au développement de la production européenne peuvent être appliqués dans la mesure où ils sont conformes au droit de l'Union.
- (74) L'objectif d'une aide à la production audiovisuelle européenne peut être atteint dans les États membres dans le cadre de l'organisation de leurs services de médias audiovisuels, entre autres en attribuant une mission d'intérêt général à certains fournisseurs de services de médias, notamment l'obligation d'investir largement dans des productions européennes.
- (75) Les fournisseurs de services de médias, les créateurs de programmes, les producteurs, les auteurs et d'autres experts devraient être encouragés à mettre au point des concepts et des stratégies plus détaillés visant à développer les films de fiction audiovisuels européens qui s'adressent à un public international.
- (76) Il importe de faire en sorte que les œuvres cinématographiques soient diffusées dans des délais convenus entre les ayants droit et les fournisseurs de services de médias.
- (77) La question des délais spécifiques à chaque type d'exploitation des œuvres cinématographiques doit, en premier lieu, faire l'objet d'accords entre les parties intéressées ou les milieux professionnels concernés.
- (78) Dans le souci de promouvoir activement telle ou telle langue, les États membres doivent conserver la faculté de fixer des règles plus strictes ou plus détaillées en fonction de critères linguistiques, pour autant que ces règles respectent le droit de l'Union et, notamment, ne soient pas applicables à la retransmission de programmes originaires d'autres États membres.
- (79) La disponibilité de services de médias audiovisuels à la demande élargit le choix du consommateur. Il ne semble dès lors ni justifié ni opportun du point de vue technique d'imposer des règles détaillées régissant les communications commerciales audiovisuelles pour les services de médias audiovisuels à la demande. Toutes les communications commerciales audiovisuelles devraient cependant respecter non seulement les règles d'identification, mais également un ensemble minimal de règles qualitatives pour répondre à des objectifs d'intérêt général clairement définis.
- (80) Comme la Commission l'a reconnu dans sa communication interprétative relative à certains aspects des dispositions de la directive «Télévision sans frontières» concernant la publicité télévisée<sup>(1)</sup>, la mise au point de nouvelles techniques publicitaires et de pratiques de commercialisation innovantes a créé, pour les communications commerciales audiovisuelles dans les services de radiodiffusion traditionnels, de nouvelles possibilités efficaces qui leur permettent de mieux concurrencer les innovations dans les services à la demande en les plaçant sur un pied d'égalité avec ces dernières.
- (81) Les évolutions commerciales et technologiques donnent aux utilisateurs un choix et une responsabilité plus larges
- dans l'usage qu'ils font des services de médias audiovisuels. Pour rester proportionnée aux objectifs d'intérêt général, la réglementation devrait ménager une certaine souplesse en ce qui concerne la radiodiffusion télévisuelle. Le principe de séparation devrait être limité à la publicité télévisée et au téléachat, et le placement de produits devrait être autorisé dans certaines circonstances, sauf si un État membre en décide autrement. Toutefois, lorsque le placement de produits est clandestin, il devrait être interdit. Le principe de séparation ne devrait pas entraver l'utilisation de nouvelles techniques publicitaires.
- (82) Outre les pratiques couvertes par la présente directive, la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur<sup>(2)</sup> s'applique aux pratiques commerciales déloyales, telles que les pratiques trompeuses ou agressives, utilisées dans les services de médias audiovisuels. En outre, la directive 2003/33/CE du Parlement européen et du Conseil du 26 mai 2003 concernant le rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de publicité et de parrainage en faveur des produits du tabac<sup>(3)</sup>, qui interdit la publicité et le parrainage en faveur des cigarettes et des autres produits du tabac dans les médias imprimés, les services de la société de l'information et la radiodiffusion sonore, devrait être sans préjudice de la présente directive, eu égard aux caractéristiques particulières des services de médias audiovisuels. L'article 88, paragraphe 1, de la directive 2001/83/CE du Parlement européen et du Conseil du 6 novembre 2001 instituant un code communautaire relatif aux médicaments à usage humain<sup>(4)</sup>, qui interdit la publicité auprès du public faite à l'égard de certains médicaments, s'applique, en vertu du paragraphe 5 dudit article et sans préjudice de l'article 21 de la présente directive. En outre, la présente directive devrait être sans préjudice des dispositions du règlement (CE) n° 1924/2006 du Parlement européen et du Conseil du 20 décembre 2006 concernant les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires<sup>(5)</sup>.
- (83) Pour assurer de façon complète et adéquate la protection des intérêts des consommateurs que sont les téléspectateurs, il est essentiel que la publicité télévisée soit soumise à un certain nombre de normes minimales et de critères, et que les États membres aient la faculté de fixer des règles plus strictes ou plus détaillées et, dans certains cas, des conditions différentes pour les organismes de radiodiffusion télévisuelle relevant de leur compétence.
- (84) Tout en respectant le droit de l'Union, les États membres devraient pouvoir fixer, pour les émissions destinées uniquement au territoire national qui ne peuvent être reçues, directement ou indirectement, dans un ou plusieurs autres États membres, d'autres conditions relatives à l'insertion de la publicité et d'autres limites applicables au volume de publicité afin de favoriser la diffusion de ce type d'émissions.

(1) JO C 102 du 28.4.2004, p. 2.

(2) JO L 149 du 11.6.2005, p. 22.

(3) JO L 152 du 20.6.2003, p. 16.

(4) JO L 311 du 28.11.2001, p. 67.

(5) JO L 404 du 30.12.2006, p. 9.

- (85) Compte tenu des moyens accrus dont disposent les téléspectateurs pour éviter la publicité grâce au recours aux nouvelles technologies, telles que les enregistreurs vidéo numériques personnels, et de l'élargissement de la palette des canaux disponibles, le maintien d'une réglementation détaillée en matière d'insertion des spots publicitaires en vue de protéger les téléspectateurs ne se justifie pas. Le volume horaire admissible de publicité ne devrait pas être augmenté mais la présente directive devrait donner la possibilité aux organismes de radiodiffusion télévisuelle de procéder à l'insertion de messages publicitaires lorsque cela ne porte pas préjudice à l'intégrité des programmes.
- (86) La présente directive vise à sauvegarder le caractère spécifique de la télévision européenne, où les écrans publicitaires sont insérés de préférence entre les programmes, et limite dès lors le nombre des interruptions autorisées pendant la diffusion des œuvres cinématographiques et des films conçus pour la télévision, ainsi que de certaines catégories de programmes qui nécessitent une protection particulière.
- (87) Une limitation des 20 % de spots de publicité télévisée et de téléachat par heure d'horloge, s'appliquant aussi aux heures de grande écoute, devrait être prévue. La notion de spot de publicité télévisée devrait être comprise comme une publicité télévisée, au sens de l'article 1<sup>er</sup>, paragraphe 1, point i), dont la durée ne dépasse pas douze minutes.
- (88) Il y a lieu d'interdire toute communication commerciale audiovisuelle pour les cigarettes et les autres produits du tabac, y compris les formes indirectes de communication commerciale audiovisuelle qui, sans faire directement mention du produit, essaient de tourner l'interdiction de communication commerciale audiovisuelle pour les cigarettes et les autres produits du tabac en utilisant des noms de marque, des symboles ou d'autres traits distinctifs de produits de tabac ou d'entreprises dont les activités connues ou principales comprennent la production ou la vente de tels produits.
- (89) Il est également nécessaire d'interdire toute communication commerciale audiovisuelle pour les médicaments et les traitements médicaux uniquement disponibles sur prescription médicale dans l'État membre de la compétence duquel relève le fournisseur de services de médias, ainsi que de prévoir des critères stricts en matière de publicité télévisée pour les boissons alcooliques.
- (90) La présente directive interdit les communications audiovisuelles commerciales clandestines en raison des effets néfastes de cette pratique sur les consommateurs. L'interdiction frappant les communications audiovisuelles commerciales clandestines ne devrait pas couvrir le placement légitime de produit dans le cadre de la présente directive, lorsque le téléspectateur est correctement informé de son existence. Cela peut se faire en précisant qu'un placement de produit intervient dans un programme donné, par exemple au moyen d'un logo neutre.
- (91) Le placement de produit est une réalité dans les œuvres cinématographiques et dans les œuvres audiovisuelles destinées à la télévision. Afin de garantir un traitement homogène et de renforcer ainsi la compétitivité du secteur européen des médias, des règles en matière de placement de produit sont nécessaires. La définition du placement de produit prévue par la présente directive devrait couvrir toute forme de communication commerciale audiovisuelle consistant à inclure un produit, un service ou leur marque ou à y faire référence en l'insérant dans un programme, moyennant paiement ou autre contrepartie. La fourniture, à titre gratuit, de biens ou de services, tels que des accessoires de production ou des lots, ne devrait être considérée comme un placement de produit que lorsque les biens ou services concernés ont une valeur non négligeable. Le placement de produit devrait être soumis aux mêmes règles et restrictions qualitatives que les communications audiovisuelles commerciales. Le critère déterminant qui permet de faire la distinction entre parrainage et placement de produit est le fait que, dans le cas de ce dernier, la référence à un produit est intégrée au déroulement d'un programme, raison pour laquelle la définition figurant à l'article 1<sup>er</sup>, paragraphe 1, point m), contient le terme «dans». Les références aux parraineurs, en revanche, peuvent apparaître au cours d'un programme, mais ne font pas partie de l'intrigue.
- (92) Le placement de produit devrait, en principe, être interdit. Des dérogations pour certains programmes sont toutefois possibles, en fonction d'une liste positive. Un État membre devrait pouvoir décider de ne pas recourir à ces dérogations, en tout ou en partie, par exemple en n'autorisant le placement de produit que dans des programmes qui n'ont pas été produits exclusivement dans cet État membre.
- (93) En outre, le parrainage et le placement de produit sont interdits lorsqu'ils influencent la teneur des programmes de manière à porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale du fournisseur de services de médias. Il en est ainsi du placement de thèmes.
- (94) En vertu des devoirs qui leur sont imposés par le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, les États membres sont responsables de la mise en œuvre effective de la présente directive. Ils sont libres de choisir les instruments appropriés, en fonction de leurs traditions juridiques et des structures établies, et notamment la forme de leurs organismes de régulation nationaux indépendants afin que ceux-ci puissent mener à bien leur tâche de mise en œuvre de la présente directive de manière impartiale et transparente. Plus particulièrement, les instruments retenus par les États membres devraient contribuer à la promotion du pluralisme des médias.
- (95) Une coopération étroite entre les organismes de régulation compétents des États membres et la Commission est nécessaire pour garantir la bonne application de la présente directive. Une coopération tout aussi étroite entre les États membres et entre leurs organismes de régulation est particulièrement importante compte tenu de l'impact que des organismes de radiodiffusion télévisuelle établis dans un État membre pourraient avoir dans un autre État membre. Lorsque des procédures d'autorisation sont prévues par le droit national et si plus d'un État membre est concerné, il est souhaitable que des contacts soient noués entre les organismes respectifs avant que ces autorisations ne soient accordées. Cette coopération devrait porter sur tous les domaines coordonnés par la présente directive.

- (96) Il est nécessaire de préciser que les activités d'autopromotion constituent une forme particulière de publicité réalisée par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en vue de promouvoir ses propres produits, services, programmes ou chaînes. Notamment, les bandes annonces consistant en des extraits de programmes devraient être traitées comme des programmes.
- (97) Le temps de transmission quotidien attribué aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion en ce qui concerne ses propres programmes et les produits connexes directement dérivés de ces programmes ou les messages de service public ou les appels en faveur d'œuvres de bienfaisance diffusés gratuitement ne devrait pas être inclus dans la durée maximale du temps de transmission quotidien ou horaire qui peut être attribué à la publicité et au téléachat.
- (98) Pour éviter des distorsions de concurrence, la présente dérogation devrait être limitée aux messages concernant des produits qui remplissent la double condition d'être des produits connexes et d'être directement dérivés des programmes concernés. Les termes «produits connexes» désignent des produits destinés expressément à permettre au public spectateur de retirer tous les avantages de ces programmes ou d'intervenir dans ces programmes.
- (99) Vu le développement du téléachat, qui représente une activité économique importante pour l'ensemble des opérateurs et un débouché réel pour les biens et les services dans l'Union, il est essentiel d'assurer un niveau élevé de protection des consommateurs en mettant en place des normes appropriées régissant la forme et le contenu de ces émissions.
- (100) Il importe que les autorités nationales compétentes, lorsqu'elles surveillent la mise en œuvre des dispositions pertinentes, soient en mesure de distinguer, en ce qui concerne les chaînes qui ne sont pas exclusivement consacrées au téléachat, entre, d'une part, le temps de transmission consacré aux spots de téléachat, aux spots publicitaires et aux autres formes de publicité et, d'autre part, le temps de transmission consacré aux fenêtres d'exploitation pour le téléachat. Il est, par conséquent, nécessaire et suffisant que chaque fenêtre d'exploitation soit clairement signalée, au moins à son début et à sa fin, par des moyens optiques et acoustiques.
- (101) La présente directive devrait s'appliquer aux chaînes exclusivement consacrées au téléachat ou à l'autopromotion, à l'exclusion de programmes traditionnels tels que les informations, les émissions sportives, les films, les documentaires et les fictions, aux seules fins de la présente directive et sans préjudice de l'inclusion de ces chaînes dans le champ d'application d'autres instruments de l'Union.
- (102) Si les organismes de radiodiffusion télévisuelle sont normalement tenus de veiller à ce que les émissions présentent loyalement les faits et les événements, il importe cependant de les soumettre à des obligations précises en matière de droit de réponse ou de mesures équivalentes pour que toute personne lésée dans des droits légitimes à la suite d'une allégation faite au cours d'une émission télévisée puisse effectivement faire valoir ces droits.
- (103) Le droit de réponse est une voie de recours appropriée en ce qui concerne les activités de radiodiffusion télévisuelle et pourrait également s'appliquer à l'environnement en ligne. La recommandation sur la protection des mineurs et de la dignité humaine et sur le droit de réponse prévoit déjà des orientations appropriées pour la mise en œuvre de mesures dans le droit ou les pratiques nationales en vue de suffisamment garantir le droit de réponse ou des voies de droit équivalentes concernant les médias en ligne.
- (104) Étant donné que les objectifs de la présente directive, à savoir la création d'un espace sans frontières intérieures pour les services de médias audiovisuels, tout en garantissant un haut niveau de protection des objectifs d'intérêt général, en particulier la protection des mineurs et de la dignité humaine et la promotion des droits des personnes handicapées, ne peuvent pas être réalisés de manière suffisante par les États membres et peuvent donc, en raison des dimensions et des effets de la présente directive, être mieux réalisés au niveau de l'Union, l'Union peut prendre des mesures conformément au principe de subsidiarité consacré à l'article 5 du traité sur l'Union européenne. Conformément au principe de proportionnalité, tel qu'énoncé audit article, la présente directive n'excède pas ce qui est nécessaire pour atteindre ces objectifs.
- (105) La présente directive ne porte pas atteinte aux obligations des États membres concernant les délais de transposition en droit national des directives indiqués à l'annexe I, partie B,

ONT ADOPTÉ LA PRÉSENTE DIRECTIVE:

#### CHAPITRE I

#### DÉFINITIONS

##### Article premier

1. Aux fins de la présente directive, on entend par:

a) «service de médias audiovisuels»:

i) un service tel que défini aux articles 56 et 57 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, qui relève de la responsabilité éditoriale d'un fournisseur de services de médias et dont l'objet principal est la fourniture de programmes dans le but d'informer, de divertir ou d'éduquer le grand public, par des réseaux de communications électroniques au sens de l'article 2, point a), de la directive 2002/21/CE. Un service de médias audiovisuels est soit une émission télévisée au sens du point e) du présent paragraphe, soit un service de médias audiovisuels à la demande au sens du point g) du présent paragraphe;

ii) une communication commerciale audiovisuelle;

- b) «programme»: un ensemble d'images animées, combinées ou non à du son, constituant un seul élément dans le cadre d'une grille ou d'un catalogue établi par un fournisseur de services de médias et dont la forme et le contenu sont comparables à ceux de la radiodiffusion télévisuelle. Un programme est, à titre d'exemple, un film long métrage, une manifestation sportive, une comédie de situation, un documentaire, un programme pour enfants ou une fiction originale;
- c) «responsabilité éditoriale»: l'exercice d'un contrôle effectif tant sur la sélection des programmes que sur leur organisation, soit sur une grille chronologique, dans le cas d'émissions télévisées, soit sur un catalogue, dans le cas de services de médias audiovisuels à la demande. La responsabilité éditoriale n'a pas nécessairement pour corollaire une responsabilité juridique quelconque en vertu du droit national à l'égard du contenu ou des services fournis;
- d) «fournisseur de services de médias»: la personne physique ou morale qui assume la responsabilité éditoriale du choix du contenu audiovisuel du service de médias audiovisuels et qui détermine la manière dont il est organisé;
- e) «radiodiffusion télévisuelle»: ou «émission télévisée» (c'est-à-dire un service de médias audiovisuels linéaire): un service de médias audiovisuels fourni par un fournisseur de services de médias pour le visionnage simultané de programmes sur la base d'une grille de programmes;
- f) «organisme de radiodiffusion télévisuelle»: un fournisseur de services de médias de radiodiffusion télévisuelle;
- g) «service de médias audiovisuels à la demande» (c'est-à-dire un service de médias audiovisuels non linéaire): un service de médias audiovisuels fourni par un fournisseur de services de médias pour le visionnage de programmes au moment choisi par l'utilisateur et sur demande individuelle sur la base d'un catalogue de programmes sélectionnés par le fournisseur de services de médias;
- h) «communication commerciale audiovisuelle»: des images, combinées ou non à du son, qui sont conçues pour promouvoir, directement ou indirectement, les marchandises, les services ou l'image d'une personne physique ou morale qui exerce une activité économique. Ces images accompagnent un programme ou y sont insérées moyennant paiement ou autre contrepartie, ou à des fins d'autopromotion. La communication commerciale audiovisuelle revêt notamment les formes suivantes: publicité télévisée, parrainage, téléachat et placement de produit;
- i) «publicité télévisée»: toute forme de message télévisé, que ce soit moyennant paiement ou autre contrepartie, ou de diffusion à des fins d'autopromotion par une entreprise publique ou privée ou une personne physique dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle ou artisanale ou d'une profession dans le but de promouvoir la fourniture, moyennant paiement, de biens ou de services, y compris de biens immeubles, de droits et d'obligations;
- j) «communication commerciale audiovisuelle clandestine»: la présentation verbale ou visuelle de marchandises, de services, du nom, de la marque ou des activités d'un producteur de marchandises ou d'un prestataire de services dans des programmes, lorsque cette présentation est faite de façon intentionnelle par le fournisseur de services de médias dans un but publicitaire et risque d'induire le public en erreur sur la nature d'une telle présentation. Une présentation est considérée comme intentionnelle notamment lorsqu'elle est faite moyennant paiement ou autre contrepartie;
- k) «parrainage»: toute contribution d'une entreprise publique ou privée ou d'une personne physique, n'exerçant pas d'activités de fournisseur de services de médias ou de production d'œuvres audiovisuelles, au financement de services de médias audiovisuels ou de programmes, dans le but de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses produits;
- l) «téléachat»: la diffusion d'offres directes au public en vue de la fourniture, moyennant paiement, de biens ou de services, y compris de biens immeubles, de droits et d'obligations;
- m) «placement de produit»: toute forme de communication commerciale audiovisuelle consistant à inclure un produit, un service, ou leur marque, ou à y faire référence, en l'insérant dans un programme, moyennant paiement ou autre contrepartie;
- n) «œuvres européennes»:
  - i) les œuvres originaires d'États membres;
  - ii) les œuvres originaires d'États tiers européens parties à la convention européenne sur la télévision transfrontière du Conseil de l'Europe et répondant aux conditions visées au paragraphe 3;
  - iii) les œuvres coproduites dans le cadre d'accords concernant le secteur audiovisuel conclus entre l'Union et des pays tiers et répondant aux conditions définies dans chacun de ces accords.
2. L'application des dispositions du paragraphe 1, point n), ii) et iii), est subordonnée à la condition que les œuvres originaires d'États membres ne fassent pas l'objet de mesures discriminatoires dans le pays tiers concerné.
3. Les œuvres visées au paragraphe 1, point n), i) et ii), sont des œuvres qui sont réalisées essentiellement avec le concours d'auteurs et de travailleurs résidant dans un ou plusieurs des États visés dans ces dispositions et qui répondent à l'une des trois conditions suivantes:
- i) elles sont réalisées par un ou des producteurs établis dans un ou plusieurs de ces États;



- ii) la production de ces œuvres est supervisée et effectivement contrôlée par un ou plusieurs producteurs établis dans un ou plusieurs de ces États;
- iii) la contribution des coproducteurs de ces États est majoritaire dans le coût total de la coproduction, et celle-ci n'est pas contrôlée par un ou plusieurs producteurs établis en dehors de ces États.

4. Les œuvres qui ne sont pas des œuvres européennes au sens du paragraphe 1, point n), mais qui sont produites dans le cadre d'accords bilatéraux de coproduction conclus entre des États membres et des pays tiers, sont réputées être des œuvres européennes si les coproducteurs de l'Union participent majoritairement au coût total de production et que la production n'est pas contrôlée par un ou plusieurs producteurs établis en dehors du territoire des États membres.

## CHAPITRE II

### DISPOSITIONS GÉNÉRALES

#### Article 2

1. Chaque État membre veille à ce que tous les services de médias audiovisuels diffusés par des fournisseurs de services de médias relevant de sa compétence respectent les règles du droit applicable aux services de médias audiovisuels destinés au public dans cet État membre.

2. Aux fins de la présente directive, relèvent de la compétence d'un État membre les fournisseurs de services de médias suivants:

- a) ceux qui sont établis dans cet État membre conformément au paragraphe 3; ou
- b) ceux auxquels s'applique le paragraphe 4.

3. Aux fins de la présente directive, un fournisseur de services de médias est considéré comme étant établi dans un État membre dans les cas suivants:

- a) le fournisseur de services de médias a son siège social dans cet État membre et les décisions éditoriales relatives aux services de médias audiovisuels sont prises dans cet État membre;
- b) lorsqu'un fournisseur de services de médias a son siège social dans un État membre, mais que les décisions éditoriales relatives aux services de médias audiovisuels sont prises dans un autre État membre, il est réputé être établi dans l'État membre où opère une partie importante des effectifs employés aux activités de services de médias audiovisuels. Lorsqu'une partie importante des effectifs employés aux activités des services de médias audiovisuels opère dans chacun de ces États membres, le fournisseur de services de médias est réputé être établi dans l'État membre où il a son siège social; lorsqu'une partie importante des effectifs employés aux activités de services de médias audiovisuels n'opère dans aucun de ces États membres, le fournisseur de services

de médias est réputé être établi dans le premier État membre où il a commencé ses activités conformément au droit de cet État membre, à condition qu'il maintienne un lien économique stable et réel avec cet État membre;

- c) lorsqu'un fournisseur de services de médias a son siège social dans un État membre, mais que les décisions relatives aux services de médias audiovisuels sont prises dans un pays tiers, ou vice-versa, il est réputé être établi dans l'État membre en question si une partie importante des effectifs employés aux activités de services de médias audiovisuels opère dans cet État membre.

4. Les fournisseurs de services de médias auxquels ne s'applique pas le paragraphe 3 sont réputés relever de la compétence d'un État membre dans les cas suivants:

- a) s'ils utilisent une liaison montante vers un satellite située dans cet État membre;
- b) si, bien que n'utilisant pas une liaison montante vers un satellite située dans cet État membre, ils utilisent une capacité satellitaire relevant de cet État membre.

5. Si l'État membre compétent ne peut être déterminé conformément aux paragraphes 3 et 4, l'État membre compétent est celui dans lequel le fournisseur de services de médias est établi au sens des articles 49 à 55 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne.

6. La présente directive ne s'applique pas aux services de médias audiovisuels exclusivement destinés à être captés dans des pays tiers et qui ne sont pas reçus directement ou indirectement au moyen d'équipements standard par le public d'un ou de plusieurs États membres.

#### Article 3

1. Les États membres assurent la liberté de réception et n'entravent pas la retransmission sur leur territoire de services de médias audiovisuels en provenance d'autres États membres pour des raisons qui relèvent des domaines coordonnés par la présente directive.

2. En ce qui concerne la radiodiffusion télévisuelle, les États membres peuvent déroger provisoirement au paragraphe 1 si les conditions suivantes sont remplies:

- a) une émission télévisée en provenance d'un autre État membre enfreint d'une manière manifeste, sérieuse et grave l'article 27, paragraphe 1 ou 2, et/ou l'article 6;
- b) au cours des douze mois précédents, l'organisme de radiodiffusion télévisuelle a déjà enfreint, deux fois au moins, les dispositions visées au point a);
- c) l'État membre concerné a notifié par écrit à l'organisme de radiodiffusion télévisuelle et à la Commission les violations alléguées et les mesures qu'il a l'intention de prendre au cas où une telle violation surviendrait de nouveau;

d) les consultations avec l'État membre de transmission et la Commission n'ont pas abouti à un règlement amiable dans un délai de quinze jours à compter de la notification prévue au point c), et la violation alléguée persiste.

La Commission statue, dans un délai de deux mois à compter de la notification des mesures prises par l'État membre, sur la compatibilité de ces dernières avec le droit de l'Union. En cas de décision négative, il sera demandé à l'État membre de mettre fin d'urgence aux mesures en question.

3. Le paragraphe 2 ne s'oppose pas à l'application de toute procédure, voie de droit ou sanction contre les violations en cause dans l'État membre de la compétence duquel relève l'organisme de radiodiffusion télévisuelle concerné.

4. En ce qui concerne les services de médias audiovisuels à la demande, les États membres peuvent prendre, à l'égard d'un service donné, des mesures qui dérogent au paragraphe 1 si les conditions ci-après sont remplies:

a) les mesures sont:

i) nécessaires pour une des raisons suivantes:

- l'ordre public, en particulier la prévention et les enquêtes et poursuites en matière d'infractions pénales, notamment la protection des mineurs et la lutte contre l'incitation à la haine fondée sur la race, le sexe, la religion ou la nationalité et contre les atteintes à la dignité de la personne humaine,
- la protection de la santé publique,
- la sécurité publique, y compris la protection de la sécurité et de la défense nationales,
- la protection des consommateurs, y compris des investisseurs;

ii) prises à l'encontre d'un service de médias audiovisuels à la demande qui porte atteinte aux objectifs visés au point i) ou qui présente un risque sérieux et grave d'atteinte à ces objectifs;

iii) proportionnelles à ces objectifs;

b) avant de prendre ces mesures et sans préjudice d'une procédure judiciaire, y compris la procédure précontentieuse et les actes accomplis dans le cadre d'une enquête pénale, l'État membre a:

i) demandé à l'État membre de la compétence duquel relève le fournisseur de services de prendre des mesures et ce dernier n'en a pas pris ou les mesures n'ont pas été adéquates;

ii) notifié à la Commission et à l'État membre de la compétence duquel relève le fournisseur de services son intention de prendre de telles mesures.

5. Les États membres peuvent, en cas d'urgence, déroger aux conditions prévues au paragraphe 4, point b). Dans ce cas, les mesures sont notifiées dans les plus brefs délais à la Commission et à l'État membre de la compétence duquel relève le fournisseur de services, en indiquant les raisons pour lesquelles l'État membre estime qu'il y a urgence.

6. Sans préjudice de la faculté pour l'État membre de prendre et d'appliquer les mesures visées aux paragraphes 4 et 5, la Commission examine dans les plus brefs délais la compatibilité des mesures notifiées avec le droit de l'Union. Lorsqu'elle parvient à la conclusion que les mesures sont incompatibles avec le droit de l'Union, la Commission demande à l'État membre concerné de s'abstenir de prendre les mesures envisagées ou de mettre fin d'urgence aux mesures en question.

#### Article 4

1. Les États membres ont la faculté, en ce qui concerne les fournisseurs de services de médias qui relèvent de leur compétence, de prévoir des règles plus détaillées ou plus strictes dans les domaines couverts par la présente directive, sous réserve que ces règles soient conformes au droit de l'Union.

2. Si un État membre:

a) a exercé, conformément au paragraphe 1, sa faculté d'adopter des règles plus détaillées ou plus strictes d'intérêt public général; et

b) estime qu'un organisme de radiodiffusion télévisuelle relevant de la compétence d'un autre État membre fournit une émission télévisée destinée entièrement ou principalement à son territoire,

il peut s'adresser à l'État membre compétent en vue de parvenir à une solution mutuellement satisfaisante aux problèmes rencontrés. Après réception d'une demande motivée émanant du premier État membre, l'État membre compétent demande à l'organisme de radiodiffusion télévisuelle de se conformer aux règles d'intérêt public général en question. L'État membre compétent informe dans les deux mois le premier État membre des résultats obtenus à la suite de cette demande. Chacun des deux États membres peut inviter le comité de contact institué en vertu de l'article 29 à examiner la situation.

3. Le premier État membre peut adopter des mesures appropriées à l'encontre de l'organisme de radiodiffusion télévisuelle concerné, s'il estime que:

a) les résultats obtenus par l'application du paragraphe 2 ne sont pas satisfaisants; et que

b) l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en question s'est établi sur le territoire de l'État membre compétent afin de contourner les règles plus strictes, dans les domaines coordonnés par la présente directive, qui lui seraient applicables s'il était installé dans le premier État membre.

Ces mesures doivent être objectivement nécessaires, appliquées de manière non discriminatoire, et proportionnées au regard des objectifs poursuivis.

4. Un État membre ne peut prendre des mesures en application du paragraphe 3 que si toutes les conditions ci-après sont remplies:

a) il a notifié à la Commission et à l'État membre dans lequel l'organisme de radiodiffusion télévisuelle est établi son intention de prendre de telles mesures, en justifiant les motifs sur lesquels il fonde son évaluation; et

b) la Commission a décidé que ces mesures sont compatibles avec le droit de l'Union et, en particulier, que l'évaluation faite par l'État membre prenant ces mesures conformément aux paragraphes 2 et 3 est correctement fondée.

5. La Commission statue sur la compatibilité avec le droit communautaire des mesures envisagées dans les trois mois qui suivent la notification visée au paragraphe 4, point a). Si la Commission décide qu'elles sont incompatibles avec le droit de l'Union, l'État membre concerné s'abstient de prendre les mesures envisagées.

6. Les États membres veillent, par des moyens appropriés, dans le cadre de leur législation, au respect effectif des dispositions de la présente directive par les fournisseurs de services de médias relevant de leur compétence.

7. Les États membres encouragent les régimes de corégulation et/ou d'autorégulation, au niveau national, dans les domaines coordonnés par la présente directive, dans la mesure où leur ordre juridique le permet. Ces régimes doivent être conçus de manière à être largement acceptés par les principaux acteurs dans les États membres concernés et assurer une application efficace des règles.

8. La directive 2000/31/CE s'applique pleinement, sauf disposition contraire de la présente directive. En cas de conflit entre une disposition de la directive 2000/31/CE et une disposition de la présente directive, les dispositions de la présente directive prévalent, sauf dispositions contraires de la présente directive.

### CHAPITRE III

#### DISPOSITIONS APPLICABLES À TOUS LES SERVICES DE MÉDIAS AUDIOVISUELS

##### Article 5

Les États membres veillent à ce que les fournisseurs de services de médias relevant de leur compétence offrent aux destinataires

du service un accès facile, direct et permanent au moins aux informations suivantes:

a) le nom du fournisseur de services de médias;

b) l'adresse géographique à laquelle le fournisseur de services de médias est établi;

c) les coordonnées du fournisseur de services de médias, y compris son adresse de courrier électronique ou son site internet, permettant d'entrer rapidement en contact avec lui d'une manière directe et efficace;

d) le cas échéant, les organismes de régulation ou de supervision compétents.

##### Article 6

Les États membres veillent, par des mesures appropriées, à ce que les services de médias audiovisuels fournis par les fournisseurs relevant de leur compétence ne contiennent aucune incitation à la haine fondée sur la race, le sexe, la religion ou la nationalité.

##### Article 7

Les États membres encouragent les fournisseurs de services de médias qui relèvent de leur compétence à veiller à ce que les services qu'ils offrent deviennent progressivement accessibles aux personnes souffrant de déficiences visuelles ou auditives.

##### Article 8

Les États membres veillent à ce que les fournisseurs de services de médias qui relèvent de leur compétence ne transmettent pas d'œuvres cinématographiques en dehors des délais convenus avec les ayants droit.

##### Article 9

1. Les États membres veillent à ce que les communications commerciales audiovisuelles fournies par les fournisseurs de services de médias relevant de leur compétence répondent aux exigences suivantes:

a) les communications commerciales audiovisuelles sont facilement reconnaissables comme telles. Les communications commerciales audiovisuelles clandestines sont interdites;

b) les communications commerciales audiovisuelles n'utilisent pas de techniques subliminales;

c) les communications commerciales audiovisuelles:

i) ne portent pas atteinte à la dignité humaine;

ii) ne comportent pas de discrimination fondée sur le sexe, l'origine raciale ou ethnique, la nationalité, la religion ou les convictions, un handicap, l'âge ou l'orientation sexuelle, ni ne promeuvent une telle discrimination;

- iii) n'encouragent pas des comportements préjudiciables à la santé ou à la sécurité;
- iv) n'encouragent pas des comportements gravement préjudiciables à la protection de l'environnement;
- d) toute forme de communication commerciale audiovisuelle pour les cigarettes et les autres produits du tabac est interdite;
- e) les communications commerciales audiovisuelles relatives à des boissons alcooliques ne doivent pas s'adresser expressément aux mineurs et ne doivent pas encourager la consommation immodérée de ces boissons;
- f) la communication commerciale audiovisuelle pour les médicaments et les traitements médicaux qui sont disponibles uniquement sur ordonnance dans l'État membre de la compétence duquel relève le fournisseur de services de médias est interdite;
- g) les communications commerciales audiovisuelles ne causent pas de préjudice physique ou moral aux mineurs. Par conséquent, elles ne doivent pas inciter directement les mineurs à l'achat ou à la location d'un produit ou d'un service en exploitant leur inexpérience ou leur crédulité, inciter directement les mineurs à persuader leurs parents ou des tiers d'acheter les produits ou les services faisant l'objet de la publicité, exploiter la confiance particulière que les mineurs ont dans leurs parents, leurs enseignants ou d'autres personnes, ou présenter sans motif des mineurs en situation dangereuse.

2. Les États membres et la Commission encouragent les fournisseurs de services de médias à élaborer des codes déontologiques relatifs à la communication commerciale audiovisuelle inappropriée, accompagnant les programmes pour enfants ou incluse dans ces programmes, et concernant des denrées alimentaires ou des boissons contenant des nutriments ou des substances ayant un effet nutritionnel ou physiologique, notamment ceux tels que les matières grasses, les acides gras trans, le sel/sodium et les sucres, dont la présence en quantités excessives dans le régime alimentaire global n'est pas recommandée.

#### Article 10

1. Les services de médias audiovisuels ou les programmes audiovisuels qui sont parrainés répondent aux exigences suivantes:
- a) leur contenu et, dans le cas de la radiodiffusion télévisuelle, leur programmation ne sont en aucun cas influencés de manière à porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale du fournisseur de services de médias;
  - b) ils n'incitent pas directement à l'achat ou à la location de biens ou de services, notamment en faisant des références promotionnelles spécifiques à ces produits ou services;
  - c) les téléspectateurs sont clairement informés de l'existence d'un accord de parrainage. Les programmes parrainés doivent être clairement identifiés en tant que tels par le

nom, le logo et/ou un autre symbole du parraineur, par exemple au moyen d'une référence à ses produits ou services ou d'un signe distinctif, d'une manière adaptée au programme au début, à la fin ou pendant celui-ci.

2. Les services de médias audiovisuels ou les programmes audiovisuels ne sont pas parrainés par des entreprises qui ont pour activité principale la fabrication ou la vente de cigarettes et d'autres produits du tabac.

3. Le parrainage de services de médias audiovisuels ou de programmes audiovisuels par des entreprises qui ont notamment pour activité la fabrication ou la vente de médicaments et de traitements médicaux peut promouvoir le nom ou l'image de l'entreprise, mais ne doit pas promouvoir des médicaments ou des traitements médicaux spécifiques disponibles uniquement sur ordonnance dans l'État membre de la compétence duquel relève le fournisseur de services de médias.

4. Les journaux télévisés et les programmes d'actualité ne sont pas parrainés. Les États membres peuvent décider d'interdire la diffusion d'un logo de parrainage au cours des programmes pour enfants, des documentaires ou des programmes religieux.

#### Article 11

1. Les paragraphes 2, 3 et 4 ne s'appliquent qu'aux programmes produits après le 19 décembre 2009.
2. Le placement de produit est interdit.
3. Par dérogation au paragraphe 2, le placement de produit est admissible dans les cas suivants, à moins qu'un État membre en décide autrement:
- a) dans les œuvres cinématographiques, films et séries réalisés pour des services de médias audiovisuels, ainsi que pour des programmes sportifs et de divertissement;
  - b) lorsqu'il n'y a pas de paiement mais uniquement la fourniture, à titre gratuit, de certains biens ou services, tels que des accessoires de production et des lots, en vue de leur inclusion dans un programme.

La dérogation prévue au point a) ne s'applique pas aux programmes pour enfants.

Les programmes qui comportent du placement de produit répondent au moins à toutes les exigences suivantes:

- a) leur contenu et, dans le cas de la radiodiffusion télévisuelle, leur programmation ne doivent en aucun cas être influencés de manière à porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale du fournisseur de services de médias;
- b) ils n'incitent pas directement à l'achat ou à la location de biens ou de services, notamment en faisant des références promotionnelles spécifiques à ces produits ou services;
- c) ils ne mettent pas en avant de manière injustifiée le produit en question;



- d) les téléspectateurs sont clairement informés de l'existence d'un placement de produit. Les programmes comportant du placement de produit sont identifiés de manière appropriée au début et à la fin de leur diffusion, ainsi que lorsqu'un programme reprend après une interruption publicitaire, afin d'éviter toute confusion de la part du téléspectateur.

Par exception, les États membres peuvent décider de déroger aux exigences énoncées au point d), pour autant que le programme concerné n'ait été ni produit ni commandé par le fournisseur de services de médias lui-même ou une société affiliée au fournisseur de services de médias.

4. En tout état de cause, les programmes ne comportent pas de placement:

- a) de produits du tabac ou de cigarettes, ou de placement de produits émanant d'entreprises qui ont pour activité principale la fabrication ou la vente de cigarettes et d'autres produits du tabac;
- b) de médicaments ou de traitements médicaux spécifiques disponibles uniquement sur ordonnance dans l'État membre de la compétence duquel relève le fournisseur de services de médias.

#### CHAPITRE IV

#### DISPOSITIONS APPLICABLES UNIQUEMENT AUX SERVICES DE MÉDIAS AUDIOVISUELS À LA DEMANDE

##### Article 12

Les États membres prennent les mesures appropriées pour que les services de médias audiovisuels à la demande fournis par des fournisseurs de services de médias relevant de leur compétence qui pourraient nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs ne soient mis à la disposition du public que dans des conditions telles que les mineurs ne puissent normalement entendre ou voir ces services de médias audiovisuels à la demande.

##### Article 13

1. Les États membres veillent à ce que les services de médias audiovisuels à la demande fournis par des fournisseurs de services de médias relevant de leur compétence promeuvent, lorsque cela est réalisable et par des moyens appropriés, la production d'œuvres européennes ainsi que l'accès à ces dernières. Cette promotion pourrait notamment se traduire par la contribution financière apportée par ces services à la production d'œuvres européennes et à l'acquisition de droits pour ces œuvres, ou la part et/ou la place importante réservée aux œuvres européennes dans le catalogue de programmes proposés par le service de médias audiovisuels à la demande.

2. Les États membres présentent à la Commission, au plus tard le 19 décembre 2011, puis tous les quatre ans, un rapport sur la mise en œuvre du paragraphe 1.

3. Sur la base des informations communiquées par les États membres et d'une étude indépendante, la Commission soumet

au Parlement européen et au Conseil un rapport sur l'application du paragraphe 1, en tenant compte des évolutions commerciales et technologiques, et de l'objectif de diversité culturelle.

#### CHAPITRE V

#### DISPOSITIONS SUR LES DROITS EXCLUSIFS ET LES BREFS REPORTAGES D'ACTUALITÉ DANS LA RADIODIFFUSION TÉLÉVISUELLE

##### Article 14

1. Chaque État membre peut prendre des mesures, conformément au droit de l'Union, pour garantir que les organismes de radiodiffusion télévisuelle relevant de sa compétence ne retransmettent pas d'une manière exclusive des événements que cet État juge d'une importance majeure pour la société d'une façon qui prive une partie importante du public dudit État membre de la possibilité de suivre ces événements en direct ou en différé sur une télévision à accès libre. Dans ce contexte, l'État membre concerné établit une liste dans laquelle sont désignés les événements, nationaux ou non, qu'il juge d'une importance majeure pour la société. Il établit cette liste selon une procédure claire et transparente, en temps opportun. Ce faisant, l'État membre concerné détermine également si ces événements doivent être diffusés intégralement ou partiellement en direct ou, si nécessaire ou approprié pour des raisons objectives d'intérêt général, diffusés intégralement ou partiellement en différé.

2. Les États membres notifient immédiatement à la Commission toute mesure prise ou envisagée en application du paragraphe 1. Dans un délai de trois mois après la notification, la Commission vérifie que ces mesures sont compatibles avec le droit de l'Union et les communique aux autres États membres. Elle demande l'avis du comité de contact institué conformément à l'article 29. Elle publie sans délai au *Journal officiel de l'Union européenne* les mesures qui sont prises et, au moins une fois par an, la liste récapitulative des mesures prises par les États membres.

3. Les États membres s'assurent par les moyens appropriés, dans le cadre de leur législation, que les organismes de radiodiffusion télévisuelle relevant de leur compétence exercent les droits exclusifs qu'ils ont achetés après le 18 décembre 2007 de manière à ne pas priver une partie importante du public d'un autre État membre de la possibilité de suivre intégralement ou partiellement en direct ou, si nécessaire ou approprié pour des raisons objectives d'intérêt général, intégralement ou partiellement en différé, sur une télévision à accès libre, selon les dispositions prises par cet autre État membre conformément au paragraphe 1, les événements que cet autre État membre a désignés conformément aux paragraphes 1 et 2.

##### Article 15

1. Les États membres veillent à ce que, pour la réalisation de brefs reportages d'actualité, tout organisme de radiodiffusion télévisuelle établi dans l'Union ait accès, dans des conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires, à des événements d'un grand intérêt pour le public qui font l'objet d'une transmission exclusive par un organisme de radiodiffusion télévisuelle relevant de leur compétence.

2. Si un autre organisme de radiodiffusion télévisuelle établi dans le même État membre que l'organisme de radiodiffusion télévisuelle souhaitant disposer d'un accès acquis des droits d'exclusivité pour l'événement présentant un grand intérêt pour le public, c'est à cet organisme que l'accès est demandé.

3. Les États membres veillent à ce qu'un tel accès soit garanti en permettant aux organismes de radiodiffusion télévisuelle de choisir librement leurs brefs extraits à partir du signal de l'organisme de radiodiffusion télévisuelle qui assure la diffusion, moyennant au minimum l'indication de leur origine, à moins que cela ne soit impossible pour des raisons pratiques.

4. Un État membre peut, alternativement au paragraphe 3, établir un système équivalent permettant l'accès, dans des conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires, par d'autres moyens.

5. Les brefs extraits sont utilisés exclusivement dans des programmes généraux d'actualité et ne peuvent être exploités dans le cadre de services de médias audiovisuels à la demande que si le même programme est offert en différé par le même fournisseur de services de médias.

6. Sans préjudice des paragraphes 1 à 5, les États membres veillent, conformément à leurs systèmes et pratiques juridiques, à ce que les modalités et conditions relatives à la fourniture de ces brefs extraits soient définies, notamment en ce qui concerne les modalités de compensation financière, la longueur maximale des brefs extraits et les délais quant à leur diffusion. Lorsqu'une compensation financière est prévue, elle ne dépasse pas les frais supplémentaires directement occasionnés par la fourniture de l'accès.

#### CHAPITRE VI

### PROMOTION DE LA DISTRIBUTION ET DE LA PRODUCTION DE PROGRAMMES TÉLÉVISÉS

#### Article 16

1. Les États membres veillent chaque fois que cela est réalisable et par des moyens appropriés, à ce que les organismes de radiodiffusion télévisuelle réservent à des œuvres européennes une proportion majoritaire de leur temps de diffusion, à l'exclusion du temps consacré aux informations, à des manifestations sportives, à des jeux, à la publicité, aux services de télétexte et au téléachat. Cette proportion, compte tenu des responsabilités de l'organisme de radiodiffusion télévisuelle à l'égard de son public en matière d'information, d'éducation, de culture et de divertissement, devra être obtenue progressivement sur la base de critères appropriés.

2. Lorsque la proportion définie au paragraphe 1 ne peut être atteinte, elle ne doit pas être inférieure à celle qui est constatée en moyenne en 1988 dans l'État membre concerné.

Néanmoins, en ce qui concerne la Grèce et le Portugal, l'année 1988 est remplacée par l'année 1990.

3. Les États membres communiquent à la Commission, tous les deux ans, à partir du 3 octobre 1991, un rapport sur l'application du présent article et de l'article 17.

Ce rapport comporte notamment un relevé statistique de la réalisation de la proportion visée au présent article et à l'article 17 pour chacun des programmes de télévision relevant de la compétence de l'État membre concerné, les raisons pour lesquelles, dans chacun des cas, il n'a pas été possible d'atteindre cette proportion, ainsi que les mesures adoptées ou envisagées pour l'atteindre.

La Commission porte ces rapports à la connaissance des autres États membres et du Parlement européen, accompagnés éventuellement d'un avis. Elle veille à l'application du présent article et de l'article 17 conformément aux dispositions du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne. Dans son avis, elle peut tenir compte notamment du progrès réalisé par rapport aux années précédentes, de la part que les œuvres de première diffusion représentent dans la programmation, des circonstances particulières des nouveaux organismes de radiodiffusion télévisuelle et de la situation spécifique des pays à faible capacité de production audiovisuelle ou à aire linguistique restreinte.

#### Article 17

Les États membres veillent, chaque fois que cela est réalisable et par des moyens appropriés, à ce que les organismes de radiodiffusion télévisuelle réservent au moins 10 % de leur temps d'antenne, à l'exclusion du temps consacré aux informations, à des manifestations sportives, à des jeux, à la publicité, aux services de télétexte et au téléachat, ou alternativement, au choix de l'État membre, 10 % au moins de leur budget de programmation, à des œuvres européennes émanant de producteurs indépendants d'organismes de radiodiffusion télévisuelle. Cette proportion, compte tenu des responsabilités de l'organisme de radiodiffusion télévisuelle à l'égard de son public en matière d'information, d'éducation, de culture et de divertissement, devra être obtenue progressivement sur la base de critères appropriés. Elle doit être atteinte en réservant une proportion adéquate à des œuvres récentes, c'est-à-dire des œuvres diffusées dans un laps de temps de cinq ans après leur production.

#### Article 18

Le présent chapitre ne s'applique pas aux émissions de télévision destinées à un public local et ne faisant pas partie d'un réseau national.

#### CHAPITRE VII

### PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE ET TÉLÉCHAT

#### Article 19

1. La publicité télévisée et le téléachat doivent être aisément identifiables comme tels et pouvoir être distingués du contenu éditorial. Sans préjudice de l'utilisation des nouvelles techniques publicitaires, la publicité télévisée et le téléachat doivent être nettement séparés du reste du programme par des moyens optiques et/ou acoustiques et/ou spatiaux.

2. Les spots isolés de publicité et de téléachat doivent être exceptionnels, sauf lors de la diffusion de manifestations sportives.

#### Article 20

1. Les États membres veillent à ce que, en cas d'insertion de publicité télévisée ou de téléachat pendant les programmes, il ne soit pas porté atteinte à l'intégrité des programmes, compte tenu de leurs interruptions naturelles, de leur durée et de leur nature, ni aux droits des ayants droit.

2. La diffusion des films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons et documentaires), des œuvres cinématographiques et des journaux télévisés peut être interrompue par de la publicité télévisée et/ou du téléachat une fois par tranche programmée de trente minutes au moins. La diffusion des programmes pour enfants peut être interrompue par de la publicité télévisée et/ou du téléachat une fois par tranche programmée de trente minutes au moins, à condition que la durée programmée du programme soit supérieure à trente minutes. La publicité télévisée ou le téléachat ne peuvent être insérés pendant la diffusion des services religieux.

#### Article 21

Le téléachat concernant des médicaments faisant l'objet d'une autorisation de mise sur le marché au sens de la directive 2001/83/CE, ainsi que le téléachat concernant des traitements médicaux, sont interdits.

#### Article 22

La publicité télévisée et le téléachat pour les boissons alcooliques doivent respecter les critères suivants:

- a) ne pas être spécifiquement adressé aux mineurs et, en particulier, présenter des mineurs consommant ces boissons;
- b) ne pas associer la consommation d'alcool à une amélioration des performances physiques ou à la conduite automobile;
- c) ne pas susciter l'impression que la consommation d'alcool favorise la réussite sociale ou sexuelle;
- d) ne pas suggérer que les boissons alcooliques sont dotées de propriétés thérapeutiques ou ont un effet stimulant, sédatif ou anticonflituel;
- e) ne pas encourager la consommation immodérée de boissons alcooliques ou donner une image négative de l'abstinence ou de la sobriété;
- f) ne pas souligner comme qualité positive des boissons leur forte teneur en alcool.

#### Article 23

1. Le pourcentage de temps de diffusion de spots de publicité télévisée et de spots de téléachat à l'intérieur d'une heure d'horloge donnée ne dépasse pas 20 %.

2. Le paragraphe 1 ne s'applique pas aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes et les produits connexes directement dérivés de ces programmes, aux annonces de parrainage et aux placements de produits.

#### Article 24

Les fenêtres de téléachat doivent être clairement identifiées comme telles grâce à des moyens optiques et acoustiques et avoir une durée minimale ininterrompue de quinze minutes.

#### Article 25

La présente directive s'applique mutatis mutandis aux chaînes de télévision consacrées exclusivement à la publicité et au téléachat, ainsi qu'aux chaînes de télévision consacrées exclusivement à l'autopromotion.

Toutefois, le chapitre VI ainsi que l'article 20 et l'article 23 ne s'appliquent pas à ces chaînes de télévision.

#### Article 26

Sans préjudice de l'article 4, les États membres peuvent prévoir, dans le respect du droit de l'Union, des conditions autres que celles fixées à l'article 20, paragraphe 2, et à l'article 23 pour les émissions de télévision qui sont destinées uniquement au territoire national et qui ne peuvent être reçues par le public, directement ou indirectement, dans un ou plusieurs autres États membres.

### CHAPITRE VIII

## PROTECTION DES MINEURS DANS LA RADIODIFFUSION TÉLÉVISUELLE

#### Article 27

1. Les États membres prennent les mesures appropriées pour que les émissions des organismes de radiodiffusion télévisuelle qui relèvent de leur compétence ne comportent aucun programme susceptible de nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, notamment des programmes comprenant des scènes de pornographie ou de violence gratuite.

2. Les mesures visées au paragraphe 1 s'étendent également aux autres programmes qui sont susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, sauf s'il est assuré, par le choix de l'heure de l'émission ou par toute mesure technique, que les mineurs se trouvant dans le champ de diffusion ne sont normalement pas susceptibles de voir ou d'entendre ces émissions.

3. En outre, lorsque de tels programmes sont diffusés en clair, les États membres veillent à ce qu'ils soient précédés d'un avertissement acoustique ou à ce qu'ils soient identifiés par la présence d'un symbole visuel tout au long de leur durée.

## CHAPITRE IX

**DROIT DE RÉPONSE DANS LA RADIODIFFUSION TÉLÉVISUELLE***Article 28*

1. Sans préjudice d'autres dispositions de droit civil, administratif ou pénal adoptées par les États membres, toute personne physique ou morale, sans distinction de nationalité, dont les droits légitimes, en ce qui concerne notamment son honneur et sa réputation, ont été lésés à la suite d'une allégation incorrecte faite au cours d'une émission télévisée, doit pouvoir bénéficier d'un droit de réponse ou de mesures équivalentes. Les États membres veillent à ce que l'exercice effectif du droit de réponse ou des mesures équivalentes ne soit pas entravé par l'imposition de conditions déraisonnables. La réponse est transmise dans un délai raisonnable après justification de la demande, à un moment et d'une manière appropriés en fonction de l'émission à laquelle la demande se rapporte.

2. Le droit de réponse ou les mesures équivalentes peuvent être exercés à l'égard de tous les organismes de radiodiffusion télévisuelle relevant de la compétence d'un État membre.

3. Les États membres adoptent les dispositions nécessaires pour établir ce droit ou ces mesures et déterminer la procédure à suivre pour leur exercice. Ils veillent notamment à ce que le délai prévu pour l'exercice du droit de réponse ou des mesures équivalentes soit suffisant et à ce que les modalités soient telles que ce droit ou ces mesures puissent être exercés de façon appropriée par les personnes physiques ou morales résidant ou établies dans d'autres États membres.

4. La demande d'exercice du droit de réponse ou des mesures équivalentes peut être rejetée lorsqu'elle n'est pas justifiée au regard des conditions énoncées au paragraphe 1, qu'elle implique un acte punissable, que sa diffusion engagerait la responsabilité civile de l'organisme de radiodiffusion télévisuelle ou qu'elle est contraire aux bonnes mœurs.

5. Des procédures de nature à permettre l'introduction d'un recours juridictionnel en cas de litiges portant sur l'exercice du droit de réponse et des mesures équivalentes sont prévues.

## CHAPITRE X

**COMITÉ DE CONTACT***Article 29*

1. Un comité de contact est institué auprès de la Commission. Il est composé de représentants des autorités compétentes des États membres. Il est présidé par un représentant de la Commission et se réunit soit à l'initiative de celui-ci, soit à la demande de la délégation d'un État membre.

2. La mission du comité de contact est la suivante:

a) faciliter la mise en œuvre effective de la présente directive en organisant des consultations régulières sur tous les problèmes pratiques résultant de son application, en particulier de l'application de son article 2, ainsi que sur les autres thèmes sur lesquels des échanges de vues semblent utiles;

b) donner des avis de sa propre initiative ou à la demande de la Commission sur l'application de la présente directive par les États membres;

c) être un lieu d'échanges de vues sur les thèmes à aborder dans les rapports que les États membres doivent remettre en vertu de l'article 16, paragraphe 3, et sur leur méthodologie;

d) discuter des résultats des consultations régulières que la Commission tient avec les représentants des associations de radiodiffuseurs, producteurs, consommateurs, fabricants, prestataires de services, syndicats et la communauté artistique;

e) faciliter l'échange d'informations entre les États membres et la Commission sur l'état et l'évolution de la réglementation dans le domaine des services de médias audiovisuels, compte tenu de la politique audiovisuelle menée par l'Union ainsi que des évolutions pertinentes dans le domaine technique;

f) examiner toute évolution survenue dans le secteur pour laquelle une concertation semble utile.

## CHAPITRE XI

**COOPÉRATION ENTRE LES ORGANISMES DE RÉGULATION DES ÉTATS MEMBRES***Article 30*

Les États membres prennent des mesures appropriées pour se communiquer mutuellement et communiquer à la Commission les informations nécessaires aux fins de l'application de la présente directive, en particulier de ses articles 2, 3 et 4, notamment via leurs organismes de régulation indépendants compétents.

## CHAPITRE XII

**DISPOSITIONS FINALES***Article 31*

Pour les domaines qui ne sont pas coordonnés par la présente directive, celle-ci n'affecte pas les droits et obligations des États membres qui découlent des conventions existant en matière de télécommunications et de radiodiffusion télévisuelle.

*Article 32*

Les États membres communiquent à la Commission le texte des dispositions essentielles de droit interne qu'ils adoptent dans le domaine régi par la présente directive.

*Article 33*

Au plus tard le 19 décembre 2011, puis tous les trois ans, la Commission soumet au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social européen un rapport relatif à l'application de la présente directive et, le cas échéant, formule de nouvelles propositions en vue de l'adaptation de celle-ci à l'évolution dans le domaine des services de médias audiovisuels, notamment à la lumière de l'évolution technologique récente, de la compétitivité du secteur et des niveaux d'éducation aux médias dans l'ensemble des États membres.

Ce rapport analyse aussi la question de la publicité télévisée accompagnant les programmes pour enfants ou incluse dans de tels programmes, et évalue notamment si les règles quantitatives et qualitatives énoncées dans la présente directive ont permis d'atteindre le niveau de protection requis.

*Article 34*

La directive 89/552/CEE, telle que modifiée par les directives visées à l'annexe I, partie A, est abrogée, sans préjudice des obligations des États membres en ce qui concerne les délais de transposition en droit national des directives indiqués à l'annexe I, partie B.

Les références faites à la directive abrogée s'entendent comme faites à la présente directive et sont à lire selon le tableau de correspondance figurant à l'annexe II.

*Article 35*

La présente directive entre en vigueur le vingtième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel de l'Union européenne*.

*Article 36*

Les États membres sont destinataires de la présente directive.

Fait à Strasbourg, le 10 mars 2010.

*Par le Parlement européen*

*Le président*

J. BUZEK

*Par le Conseil*

*Le président*

D. LÓPEZ GARRIDO

## ANNEXE I

## PARTIE A

**Directive abrogée avec liste de ses modifications successives**

(visées à l'article 34)

Directive 89/552/CEE du Conseil  
(JO L 298 du 17.10.1989, p. 23).

Directive 97/36/CE du Parlement européen et du  
Conseil  
(JO L 202 du 30.7.1997, p. 60).

Directive 2007/65/CE du Parlement européen et du Conseil Uniquement l'article 1<sup>er</sup>  
(JO L 332 du 18.12.2007, p. 27).

## PARTIE B

**Délais de transposition en droit national**

(visés à l'article 34)

Directive	Date limite de transposition
89/552/CEE	3 octobre 1991
97/36/CE	31 décembre 1998
2007/65/CE	19 décembre 2009



## ANNEXE II

## TABLEAU DE CORRESPONDANCE

Directive 89/552/CEE	Présente directive
Article 1 <sup>er</sup> , mots introductifs	Article 1 <sup>er</sup> , paragraphe 1, mots introductifs
Article 1 <sup>er</sup> , point a), mots introductifs	Article 1 <sup>er</sup> , paragraphe 1, point a), mots introductifs
Article 1 <sup>er</sup> , point a), premier tiret	Article 1 <sup>er</sup> , paragraphe 1, point a) i)
Article 1 <sup>er</sup> , point a), deuxième tiret	Article 1 <sup>er</sup> , paragraphe 1, point a) ii)
Article 1 <sup>er</sup> , points b) à m)	Article 1 <sup>er</sup> , paragraphe 1, points b) à m)
Article 1 <sup>er</sup> , point n) i), phrase introductive	Article 1 <sup>er</sup> , paragraphe 1, point n), phrase introductive
Article 1 <sup>er</sup> , point n) i), premier tiret	Article 1 <sup>er</sup> , paragraphe 1, point n) i)
Article 1 <sup>er</sup> , point n) i), deuxième tiret	Article 1 <sup>er</sup> , paragraphe 1, point n) ii)
Article 1 <sup>er</sup> , point n) i), troisième tiret	Article 1 <sup>er</sup> , paragraphe 1, point n) iii)
Article 1 <sup>er</sup> , point n) i), quatrième tiret	Article 1 <sup>er</sup> , paragraphe 2
Article 1 <sup>er</sup> , point n) ii), phrase introductive	Article 1 <sup>er</sup> , paragraphe 3, phrase introductive
Article 1 <sup>er</sup> , point n) ii), premier tiret	Article 1 <sup>er</sup> , paragraphe 3, point i)
Article 1 <sup>er</sup> , point n) ii), deuxième tiret	Article 1 <sup>er</sup> , paragraphe 3, point ii)
Article 1 <sup>er</sup> , point n) ii), troisième tiret	Article 1 <sup>er</sup> , paragraphe 3, point iii)
Article 1 <sup>er</sup> , point n) iii)	Article 1 <sup>er</sup> , paragraphe 4
Article 2	Article 2
Article 2 bis, paragraphes 1, 2 et 3	Article 3, paragraphes 1, 2 et 3
Article 2 bis, paragraphe 4, phrase introductive	Article 3, paragraphe 4, phrase introductive
Article 2 bis, paragraphe 4, point a)	Article 3, paragraphe 4, point a)
Article 2 bis, paragraphe 4, point b), phrase introductive	Article 3, paragraphe 4, point b), phrase introductive
Article 2 bis, paragraphe 4, point b), premier tiret	Article 3, paragraphe 4, point b) i)
Article 2 bis, paragraphe 4, point b), deuxième tiret	Article 3, paragraphe 4, point b) ii)
Article 2 bis, paragraphes 5 et 6	Article 3, paragraphes 5 et 6
Article 3	Article 4
Article 3 bis	Article 5
Article 3 ter	Article 6
Article 3 quater	Article 7
Article 3 quinquies	Article 8
Article 3 sexies	Article 9
Article 3 septies	Article 10
Article 3 octies, paragraphe 1	Article 11, paragraphe 2
Article 3 octies, paragraphe 2, premier alinéa, phrase introductive	Article 11, paragraphe 3, premier alinéa, phrase introductive
Article 3 octies, paragraphe 2, premier alinéa, premier tiret	Article 11, paragraphe 3, premier alinéa, point a)
Article 3 octies, paragraphe 2, premier alinéa, deuxième tiret	Article 11, paragraphe 3, premier alinéa, point b)
Article 3 octies, paragraphe 2, deuxième, troisième et quatrième alinéas	Article 11, paragraphe 3, deuxième, troisième et quatrième alinéas

Directive 89/552/CEE	Présente directive
Article 3 <i>octies</i> , paragraphe 3	Article 11, paragraphe 4
Article 3 <i>octies</i> , paragraphe 4	Article 11, paragraphe 1
Article 3 <i>nonies</i>	Article 12
Article 3 <i>decies</i>	Article 13
Article 3 <i>undecies</i>	Article 14
Article 3 <i>duodecies</i>	Article 15
Article 4, paragraphes 1, 2 et 3	Article 16, paragraphes 1, 2 et 3
Article 4, paragraphe 4	—
Article 5	Article 17
Article 9	Article 18
Article 10	Article 19
Article 11	Article 20
Article 14	Article 21
Article 15	Article 22
Article 18	Article 23
Article 18 <i>bis</i>	Article 24
Article 19	Article 25
Article 20	Article 26
Article 22	Article 27
Article 23	Article 28
Article 23 <i>bis</i>	Article 29
Article 23 <i>ter</i>	Article 30
Article 24	Article 31
—	Article 32
Article 26	Article 33
—	Article 34
—	Article 35
Article 27	Article 36
—	Annexe I
—	Annexe II



## Annexe 2

### Listes des 46 services de TVR ayant fournis une déclaration pour l'exercice 2011

Catégorie d'éditeur	Société éditrice	Nom du service	Service exempté des obligations d'exposition (inférieur au seuil des 20 œuvres audiovisuelles ou cinématographiques)	Support(s) de mise à disposition du service
Groupes audiovisuels	AB Thématiques	AB Moteur TVR		IPTV
		AB1 TVR		
		Animaux TVR		
		Chasse et Pêche TVR		
		Encyclo TVR		
		Escale TVR		
		Toute l'Histoire TVR		
	Audiovisuel extérieur de la France	France 24 TVR	O	NR
	CANAL +	Canal+ à la demande		Internet, IPTV, câble, écrans mobiles, TV connectée
		Ciné + CanalSat à la demande		
		Comédie + CanalSat à la demande		
		Cuisine + CanalSat à la demande		
		Jimmy CanalSat à la demande		
		Piwi + CanalSat à la demande		
		Planète + CanalSat à la demande		
		Planète + no limit CanalSat à la demande		
		Télétoon + CanalSat à la demande		
	Equidia	Equidia Watch		internet fixe (equidiawatch.fr), Numericable, Free, SFR
	FRANCE TÉLÉVISIONS	Pluzz		internet, IPTV, TV connectée, écrans nomades
	Groupe Bolloré média	Direct 8 Replay		Internet
		Direct Star Replay		
	Groupe TF1	HISTOIRE		Satellite, réseaux filaires, internet (IP), réseaux câblés (+MMDS),
		STYLIA		Satellite, réseaux filaires, internet (IP), réseaux câblés (+MMDS), réseaux mobiles, géoblocking
TMC TVR		O	Internet, Appli iPhone	
USHUAIA TV			Satellite, réseaux filaires, internet (IP), réseaux câblés (+MMDS), réseaux mobiles, géoblocking	
NT1 TVR		O	Internet	

		<b>MY TF1 Replay</b> composé de _TF1.fr (hors TVR )* _MyTF1 IPTV ( hors pub TVR) _TF1 Player Mobile _Corner Orange web _Corner Orange mobile		Internet, IPTV Ecrans nomades
	Jeunesse TV (Groupe Lagardère Active)	<b>CanalJ</b>		Internet, IPTV, câble, satellite, écrans mobiles, TV connectée
		<b>GULLI Replay</b>		
		<b>June</b>		
		<b>MCM</b>		
		<b>Tiji</b>		
	M6	<b>M6 Replay</b>		Internet, IPTV câble, TV connectée, écrans nomades
		<b>W9 Replay</b>		Internet, IPTV câble, écrans nomades
	NextRadioTv	<b>BFM Business.com ( TVR)</b>	○	Internet, écrans nomades
		<b>BFMReplay (TVR)</b>	○	IPTV/TV connectée/Internet, écrans nomades
	NRJ 12	<b>NRJ 12 REPLAY</b>		NR
		<b>NRJ PARIS REPLAY</b>		
	TV5 Monde	<b>TV5 Monde + (TVR)</b>	○	Internet/TV Connectée
		<b>TV5 Monde + Afrique (TVR)</b>		
	Universal Networks International France	<b>13ème RUE (via Canalsat à la demande)</b>		Satellite, xDSL, FTTx, IPTV,
	VIACOM	<b>Game One Replay</b>	○	IPTV, câble, Satellite, mobile, Internet
	WaltDisneyCompany France	<b>Espace dédié TVR DISNEY CHANNEL</b>		IPTV et Câble
		<b>Espace dédié TVR DISNEY JUNIOR</b>		
		<b>Espace dédié TVR DISNEY XD</b>		
Fournisseur d'accès à internet	Orange France	<b>Orange Cinéma Séries</b>		IPTV/ Satellite,PC, tablette, mobile

**Listes des 18 services de VàDA  
ayant fournis une déclaration pour l'exercice 2011**

Catégorie d'éditeur	Société éditrice	Nom du Service	Service exempté des obligations d'exposition (inférieur au seuil des 20 œuvres audiovisuelles ou cinématographiques)	Support(s) de mise à disposition du service
Autres catégories d'éditeurs (pure player etc.)	DIGITAL PLANTATION, LLC	Liquidbookstore devenu Illikopresto		Internet
	Filmoline	FILMO TV		Internet / IPTV
	Ina - Institut national de l'audiovisuel	INA Premium		IPTV, câble (Free et numéricable)
	KAZE SAS	KZ Play		Internet, câble
	Les éditions l'Harmattan	Harmatheque		Internet
	MA CHAINE SPORT	MCS VoD	O	câble/ADSL
	Museec	medici.tv		internet, applications mobiles (iphone / android)
	MyZen.tv	MyzenTV	O	IPTV/ câble
	PureScreens	Purescreens	O	câble
	THEMA	Films d'Afrique		Câble/Fibre/IPTV
	WATCH TV	Académy Vidéo		IPTV
Vodéo			Internet / IPTV	
groupe audiovisuel	M6	Pass M6		Internet, IPTV/Câble
Fournisseurs d'accès à internet	Free/Iliad	FHV Full		IPTV
	Free/Iliad	FHV One		IPTV
	Free/Iliad	FHV Start		IPTV
	Orange France	SVOD Jeunesse-SVOD Musique-Bouquet Extra		Internet, IPTV/Câble, TV connectée, écrans
	SFR	Pass Kids		IPTV

**Listes des 42 services "autres" dont les services à l'acte payants ou gratuits  
ayant fournis une déclaration pour l'exercice 2011**

Catégorie d'éditeur	Société éditrice	Nom du Service	VàD à l'acte payante	VàD gratuite à l'acte	Service exempté des obligations d'exposition (inférieur au seuil des 20 œuvres audiovisuelles ou cinématographiques)	Service soumis aux obligations financières du décret (dépassant le seuil des 10 M € de CA annuel net pour 2010)	Support(s) de mise à disposition du service	
Autres catégories d'éditeurs (pure player etc.)	DIGITAL VIRGO	Méga VOD	O	N			Internet	
	Editions Montparnasse	Editions Montparnasse	O	N			Internet	
	Filmoline	FILMO TV	O	N			Internet / IPTV	
	Filmsdocumentaires.com	Films&documentaires.com	O	O			Plateforme Internet	
	Iguane	Iguane VOD	O	N			internet	
	Ina - Institut national de l'audiovisuel	INA Premium		O	N			IPTV, câble (Free et numéricable)
		INA.fr		O	O			Internet
	KAZE SAS	KZ Play	O	N			Internet, câble	
	Lardux Films	Lardux	N	O			internet	
	Le meilleur du cinéma	cinema(s) à la demande		O	N			Internet/IPTV
		Mediatheque numérique		O	N			Internet
		UniversCiné		O	N			Internet, IPTV
	Les éditions l'Harmattan	Harmattan TV	O	N			Internet	
	Lobster Films	Europa Film Treasures	N	O			Internet	
	MA CHAINE SPORT	MCS VoD	O	N	O		câble/ADSL	
	Mouviz	Mouviz	O	N			Internet	
	Museec	medici.tv	O	N			internet, applications	
	Pointligneplan	Pointligneplan	O	N			internet	
	Video Futur entertainment group	Vidéo Futur/Glowria	O	N			Internet, TV connectées et	
	Vidéo@Volonté sarl	Vidéoàvolonté	O	N			internet, smartphones	
VirginMega	VirginMega	O	N			Internet PC		
Warner Bros. Entertainment France	WarnerVOD	O	N			Internet		
WATCH TV	Académy Vidéo		O	N			IPTV	
	Iminéo		O	N			Internet / IPTV	

		Vodéo	O	N			Internet / IPTV	
Groupes audiovisuels	AB Thématiques	MY Mangas	O	N			IPTV	
	CANAL +	CANALPLAY VOD	O	N		O	Internet/IPTV/câble/ TV connectée	
	FRANCE TÉLÉVISIONS	France TV VOD	O	N			internet	
	Groupe TF1	TMC TVR		N	O	O		Internet, Appli iPhone
		NT1 TVR		N	O	O		Internet
		MyTF1		N	O			Internet, IPTV Ecrans nomades
		MYTF1VOD		O	N			IPTV, internet, câble, TV
	KTO Télévision	KTOTV	N	O			internet	
	M6	M6 Bonus	N	O			Internet	
	NextRadioTv	BFM Business.com		N	O	O		Internet, écrans nomades
		BFMReplay		N	O	O		IPTV/TV connectée/Internet, écrans nomades
	TV5 Monde	TV5 Monde +		N	O	O		Internet/TV Connectée
		TV5 Monde + Afrique		N	O			Internet / TV connectée
VIACOM	Game one.net	N	O			Internet		
Fournisseurs d'accès à internet	Darty Télécom	Darty Box VOD	O	N			IPTV	
	Orange France	Vidéo à la Demande d'Orange	O	N		O	Internet, IPTV/Câble, TV connectée, écrans	
	SFR	Club Vidéo	O	N		O	IPTV	

**Liste des 7 sociétés n'ayant pas répondu à la demande de déclaration  
pour l'exercice 2011**

Société	catégorie d'éditeur	Nom du Service
613TV	autre	613TV
6néma.com	autre	6néma
BLAQ OUT / DISSIDENZ	autre	Dissidenz.com (Blaq Out)
Carlotta Films	autre	Carlotta VOD
Microsoft	autre	Zune (Microsoft)
VODMANIA	autre	VODmania
Classica	autre	Classica

**Liste des 16 sociétés déclarant ne pas éditer de services  
soumis au décret pour l'exercice 2011**

Société	Nom du Service	catégorie	cause de l'exclusion
CARTIS, SARL	Vodao (vodexa.com)	Autre	Qualification
Cine-solutions	ClicMovies	Autre	Qualification
iConcerts SA	Iconcerts	Autre	Pas de Smad édité en 2011
Moonscoop Digital	Bangoo	Autre	Pas de Smad édité en 2011
Mubi Europe	Mubi.com	Autre	Etablissement
MYSKREEN	myskreen.fr	Autre	Qualification
Prestaconcept	Cinézime/Locafilm	Autre	Qualification
Sony Network Entertainment International	Sony Entertainment Network (ex Qriocity)	Autre	Etablissement
Gong Media Ltd.	GongVision	Gr. Audio	Etablissement
SHORTS TV	Shorts TV VoD	Gr. Audio	Etablissement
Mobibase/Mobidream		Gr. Audio	Pas de Smad édité en 2011
TF6 et Série Club		Gr. Audio	Pas de Smad édité en 2011
Trace TV		Gr. Audio	Pas de Smad édité en 2011
Turner broadcasting system France	TVR de Boomerang etc.	Gr. Audio	Etablissement
Bouygues Télécom	Bouygues VOD	FAI	Pas de Smad édité en 2011
Numéricable		FAI	Pas de Smad édité en 2011

### Annexe 3

## **SYNTHESE DES DECLARATIONS DES EDITEURS RELATIVES AU DECRET SMAD Exercice 2011**

### **I. Le respect des dispositions permettant de garantir l'offre d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles européennes et d'expression originale française et d'en assurer la mise en valeur effective**

Le chapitre II du décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande (Smad) prévoit deux obligations distinctes, applicables aux services de télévision de rattrapage et aux services de vidéo à la demande (par abonnement, payante à l'acte ou autres). Aux termes de l'article 11 du décret, ces dispositions sont applicables aux éditeurs qui proposent au moins 20 œuvres cinématographiques de longue durée ou au moins 20 œuvres audiovisuelles<sup>1</sup>.

**La première obligation est une obligation de mise à disposition des œuvres européennes et d'expression originale française dans les catalogues des services.**

L'article 12 du décret impose aux éditeurs de services de réserver, parmi le nombre total d'œuvres cinématographiques de longue durée et audiovisuelles mises à disposition du public, une part au moins égale à 60% pour les œuvres européennes et une part au moins égale à 40% pour les œuvres d'expression originale française. Il prévoit cependant que ces proportions sont ramenées respectivement à 50% et 35% pendant une durée de trois ans, à compter de leur première application à l'égard des services des Smad. Pour les services qui existaient à la date d'entrée en vigueur du décret, le point de départ du délai correspond au 1<sup>er</sup> janvier 2011.

Les éditeurs de services de médias audiovisuels à la demande qui relèvent des dispositions des chapitres Ier et II du décret, communiquent au Conseil, au plus tard le 30 juin de chaque année, une déclaration annuelle relative au respect de leurs obligations.<sup>2</sup>

S'agissant de cette première obligation, le Conseil a demandé aux éditeurs, pour chacun de leur service, de décrire le dispositif mis en place pour garantir, à tout moment, le respect de l'obligation de mise à disposition des œuvres et d'accompagner leur déclaration d'exemples précis (listes d'œuvres, copies d'écran, ...), du nombre total d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques disponibles dans le catalogue au 1<sup>er</sup> janvier 2011, d'une part, et au 31 décembre 2011, d'autre part. Ces œuvres doivent être présentées selon une répartition qui tienne compte de leur nationalité.

L'article 13 du décret du 12 novembre 2010 précité prévoit une **seconde obligation qui concerne davantage la mise en valeur des œuvres européennes et d'expression originale française**. Il impose aux éditeurs de services de réserver, à tout moment sur la page d'accueil du service, une proportion substantielle des œuvres, dont l'exposition est assurée autrement que par la seule mention du titre, à des œuvres européennes ou d'expression originale française, notamment par l'exposition de visuels et la mise à disposition de bandes-annonces.

---

1 L'article 11 du décret du 12 novembre 2010 précise également, par renvoi aux dispositions de l'article 1609 sexdecies B du code général des impôts, qu'il ne peut s'agir de services dont les programmes sont à caractère pornographique ou d'incitation à la violence.

2 Article 21 du décret précité.



En ce qui concerne l'obligation d'exposition, le Conseil a souhaité que les éditeurs décrivent le dispositif mis en œuvre pour assurer son respect, en précisant notamment comment cette proportion est garantie dans le cas où la page d'accueil est personnalisée. Il leur a demandé d'accompagner leur déclaration d'exemples précis montrant que l'exposition est assurée autrement que par la seule mention du titre (visuels, bandes-annonces).

L'analyse portera successivement sur le respect des deux obligations par, d'une part, les services de télévision de rattrapage et par les services de vidéo à la demande (par abonnement ou autre), d'autre part.

Parmi les 106 services déclarés, l'étude concernera les 90 services qui franchissent le seuil fixé par l'article 11 du décret<sup>3</sup>, soit 39 services de TVR et 51 services proposant de la vidéo à la demande qui incluent :

- 15 services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA)
- 36 services « autres », dont les services à l'acte payants ou gratuits (les services relevant de cette catégorie du décret seront désignés dans le cadre de l'étude par l'abréviation « V à D »).

### **A] Le respect des dispositions du chapitre II par les éditeurs de services de télévision de rattrapage (TVR)**

Parmi les 46 services de TVR déclarés, 7 ne franchissent pas les seuils fixés par le décret et sont dès lors exclus de l'étude.

Sur les 39 services de TVR qui ont fait l'objet d'une analyse, on distingue les 35 éditeurs qui déclarent respecter globalement les obligations d'exposition fixées par le chapitre 12 du décret du 12 novembre 2010 précité et ceux qui semblent rencontrer des difficultés à appliquer les dispositions du décret du 12 novembre 2010 (4 services).

Une certaine hétérogénéité est toutefois relevée dans les réponses des éditeurs des 35 services de TVR déclarant un respect global. En effet, pour 25 services, des indications sur la méthode mise en œuvre pour respecter les obligations de quotas d'œuvres européennes et d'expression originale française ont été fournies (22 déclarent un respect total et 3 un respect partiel). Les déclarations qui concernent les 10 autres services ne sont pas assez précises pour permettre d'apprécier pleinement leur conformité avec la réglementation.

#### **1) Le respect des quotas d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, européennes et d'expression originale française dans les catalogues.**

##### **a) Les éditeurs qui respectent l'obligation**

L'analyse montre que le respect des quotas d'œuvres peut être assuré en aval, après la diffusion en mode linéaire, par le recours à des procédés techniques de sélection des œuvres. Il peut également être garanti, en amont, par des choix juridiques qui consistent à acquérir dès l'origine les droits d'exploitation des œuvres pour qu'elles figurent dans le catalogue d'un Smad. Les deux types de méthodes ne sont d'ailleurs pas exclusifs et sont dans la plupart des cas complémentaires.

---

<sup>3</sup> Sont ainsi exclus de l'étude les 16 services suivants, exemptés d'obligations d'exposition car ils ne franchissent pas le seuil des 20 œuvres cinématographiques de longue durée ou des 20 œuvres audiovisuelles proposées annuellement : Machainesport (VàDA et V à D), MyZenTV (V à D), Purescreens (VàDA), France 24 (TVR), TMC (TVR et V à D), NT1 (TVR et V à D), BFM Business.com (TVR et V à D), BFM TV Replay (TVR et V à D), TV5 Monde (TVR et V à D), Game One Replay (TVR).

## **1/ En aval, le recours à des procédés techniques d'exposition des œuvres**

### **➤ *L'utilisation d'une méthode informatique***

Le Groupe TF1 déclare avoir mis au point un logiciel spécifique de suivi de la programmation de son service de télévision de rattrapage sur les différents supports<sup>4</sup>, avec un système d'alerte et une équipe de suivi. Le respect des quotas d'œuvres mises à la disposition du public repose ainsi sur le contrôle du responsable de la programmation de TF1 qui s'appuie lui-même sur des équipes opérationnelles. Ces équipes assurent la supervision quotidienne des quotas d'œuvres. Dans le cas où la proportion n'est pas respectée, elles ont pour mission d'agir sur la composition du catalogue en ajoutant ou en supprimant des contenus afin de retrouver l'équilibre prescrit.

Un outil technique (logiciel informatique non visible par les utilisateurs) permet de mesurer sur une période donnée, le nombre ou la durée des vidéos proposées en ligne sur les différents services, offrant également le détail par œuvres, ce qui permet, à tout moment, de vérifier le respect des obligations.

Dans le cas où l'un des portails ne respecterait par l'obligation, l'outil a été conçu pour envoyer une alerte aux éditeurs du portail défaillant et permettre un ajustement.

Un tel programme informatique fait figure d'exception parmi les moyens mis en œuvre par les autres éditeurs de service. La plupart d'entre eux ont recours à des outils moins sophistiqués.

### **➤ *L'utilisation d'un outil dérivé de l'outil existant pour le contrôle de la diffusion linéaire***

C'est le cas du Groupe Canal+ pour son service *Canal+ à la demande*<sup>5</sup> et les chaînes qu'il édite et qui sont disponibles sur la plateforme de distribution *CanalSat à la demande*<sup>6</sup>. L'outil qui a été mis en place est dérivé de l'outil existant pour les diffusions linéaires. Il permet d'effectuer des vérifications et des corrections, au besoin quotidiennement.

### **➤ *La sélection manuelle de programmes issus de la diffusion linéaire***

Les chaînes *Gulli*, *Stylia*<sup>7</sup>, *Ushuaia TV*<sup>8</sup> et *Histoire*<sup>9</sup> effectuent une sélection manuelle pour composer leur offre de TVR, à partir des programmes issus de la diffusion linéaire de la chaîne. Une liste de ces

---

4 MyTF1Replay, le service de TVR de TF1 est accessible sur Internet (myTF1.fr), sur IPTV grâce aux boîtiers TV fournis par les fournisseurs d'accès à Internet pour les abonnés, depuis les Smartphones (TF1 Mobile) et depuis un espace réservé dans l'offre de rattrapage des sites TV d'Orange et de SFR (Neufbox TV et SFR TV) depuis un ordinateur ou un mobile.

5 Dont l'offre comportait en janvier 2011, selon la déclaration, 66% d'œuvres audiovisuelles européennes et 58% d'expression originale française en décembre 2011, 61% des œuvres cinématographiques étaient européennes et 54% d'expression originale française.

6 Offre de télévision de rattrapage comprenant notamment huit chaînes thématiques éditées par le groupe Canal+ : Ciné+, Comédie+, Jimmy, Piwi+, Planète +, Planète+ no Limit, Télétoon+ et Cuisine + . La déclaration de l'éditeur indique que six des huit services respectent les quotas (notamment Comédie + qui propose 100% d'œuvres européennes et d'expression originale française), et que deux (Jimmy et Ciné +) ne les respectent pas au mois de janvier 2011, en raison la mise en œuvre tardive de l'outil pour ces services qui remplissent l'obligation sur l'ensemble de l'année.

7 Dont l'offre comprenait, en janvier 2011, selon la déclaration, 91% d'œuvres européennes et 85,4% d'œuvres d'expression originale française et en décembre 2011, 80,5% d'œuvres européennes et 80,5% d'œuvres d'expression originale française.

8 Dont l'offre était composée, en janvier 2011, selon la déclaration, de 84,2% d'œuvres européennes et 68,4% d'œuvres d'expression originale française et en décembre 2011, 86,7% d'œuvres européennes et 55,6% d'œuvres d'expression originale française.

9 Dont l'offre était composée, en janvier 2011, selon la déclaration, de 91,5% d'œuvres européennes et 61% d'œuvres d'expression originale française et en décembre 2011, 88,6% d'œuvres européennes et 39,2% d'œuvres d'expression originale française.

programmes est établie mensuellement par le responsable de la programmation de la chaîne et communiquée à chaque distributeur du service de TVR<sup>10</sup>. Le respect des quotas est ainsi assuré lors de la sélection initiale des programmes.

➤ ***La reprise quasi intégrale des programmes linéaires***

Les services de rattrapage de groupes audiovisuels comme *France Télévisions*<sup>11</sup>, *Lagardère* et *NRJ12 Replay*, déclarent respecter les quotas en TVR comme ils le font déjà pour la diffusion linéaire puisque leurs offres sur ces nouveaux services constituent le reflet (quasi exact) des programmes de l'antenne. Ils diffusent en télévision de rattrapage l'ensemble de la programmation linéaire pour laquelle ils ont acquis les droits de diffusion en rattrapage. Ils n'effectuent donc pas de sélection particulière à partir du catalogue des programmes diffusés en linéaire.

Alors même qu'ils n'ont pas de difficulté à respecter l'obligation de mise à disposition des œuvres, ces éditeurs de services émettent des réserves qui conduisent à s'interroger sur la pertinence de l'existence d'une obligation particulière pour les services de TVR.

**2/ En amont, le choix d'une solution juridique pour l'exploitation des œuvres**

➤ ***L'utilisation d'une méthode juridique en amont, permettant la mise à disposition d'une proportion d'œuvres européennes et d'expression originale française, plus importante sur le service non linéaire qu'à l'antenne.***

Les trois éditeurs (*France Télévisions*, *NRJ 12*, et *Bolloré* pour les TVR des anciennes chaînes *Direct 8*, *Direct Star*) qui déclarent une part d'œuvres européennes et d'expression originale française plus importante sur le service de média audiovisuel à la demande que sur le service linéaire, obtiennent ce résultat en intégrant dès l'origine, dans le mode d'exploitation des œuvres, la mise à disposition des programmes sous une forme non linéaire.

- ***L'acquisition quasi-systématique des droits TVR sur les œuvres d'expression originale française.***

Le service de rattrapage *Pluzz* de France Télévisions, qui propose d'accéder à 72% des programmes diffusés à l'antenne, est un des services dont le catalogue est composé d'une proportion d'œuvres d'origine française significativement plus élevée que sur l'antenne de diffusion hertzienne. L'éditeur indique que les contrats de France Télévisions prévoient quasi-systématiquement l'acquisition des droits de TVR sur les œuvres d'expression originale française, plus faciles à obtenir que les droits sur les œuvres étrangères. Les droits sur les séries d'origine américaine sont en effet davantage soumis aux aléas des négociations et des budgets d'achat. Le respect de l'obligation en TVR est ainsi facilité.

- ***Le développement des productions internes de la chaîne***

Cette stratégie qui vise à anticiper les modes d'exploitation des œuvres a également été mise en place par les groupes audiovisuels qui favorisent leurs propres productions d'œuvres françaises et européennes. *NRJ12 Replay* expose ainsi, en priorité, les propres productions de la chaîne, notamment ses programmes documentaires pour lesquels elle dispose intégralement des droits de mise en ligne sur son service de rattrapage.

---

<sup>10</sup> Ces trois chaînes éditent par ailleurs des sites internet qui ne proposent pas d'œuvre audiovisuelle ou cinématographique et ne sont donc pas soumis aux dispositions du chapitre II du décret n° 2010-1379. Il en va différemment de leurs services de TVR qui sont dès lors assujettis aux obligations.

<sup>11</sup> L'article 48 de la loi du n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de la communication prévoit que « cette société met en place les services de médias audiovisuels à la demande permettant la mise à disposition gratuite au public de l'ensemble des programmes qu'elle diffuse, à l'exception des œuvres cinématographiques et, le cas échéant, des programmes sportifs, pendant une période minimale de sept jours à compter de leur première diffusion à l'antenne. »

De la même manière, l'éditeur des services *Direct 8* et *Direct Star Replay* déclare que le respect des quotas a été facilité par l'origine des programmes proposés en rattrapage, constitués majoritairement de programmes produits par Direct Productions ou, s'agissant des magazines,<sup>12</sup> par des sociétés de production françaises. L'éditeur évoque tant les œuvres que les non œuvres, or ce raisonnement n'est valable que pour les programmes qui constituent des œuvres.

## **B) Les éditeurs qui semblent avoir des difficultés à respecter l'obligation**

### ➤ ***La difficulté liée à la délimitation du nombre de Smad à déclarer selon le nombre de supports de diffusion***

La conception du nombre de Smad à déclarer diffère selon les éditeurs dans le cas où ils proposent des catalogues différents selon les supports de diffusion.

Alors que l'approche du groupe TF1 (e-TF1) et de la société *Le Meilleur du Cinéma* (en ce qui concerne son service *UniversCiné*)<sup>13</sup> les amène à déclarer un service et donc un chiffre d'affaires par support de diffusion<sup>14</sup>, d'autres éditeurs tels que M6 (s'agissant par exemple de *M6 Replay*)<sup>15</sup> déclarent un seul service pour l'ensemble des supports (et donc un chiffre d'affaires unique).

Ensuite, en fonction de leur interprétation, qui peut être différente de celle retenue lors de la déclaration du chiffre d'affaires pour les obligations financières, les éditeurs justifient là encore du respect des quotas d'exposition des œuvres en catalogue :

- sur chacun des supports de diffusion, qui correspond à une version de catalogue (*Lagardère*, éditeur du service *Gulli Replay* s'est ainsi attaché dans sa déclaration à préciser les différences existant dans les catalogues des différentes déclinaisons de ce service) ;
- ou sur l'ensemble des supports, en prenant en compte par exemple le catalogue le plus complet.

### ➤ ***La difficulté liée au caractère continu de l'obligation***

Alors que la demande du Conseil portait sur le respect des quotas à deux échéances précises (1<sup>er</sup> janvier et 31 décembre 2011), des groupes audiovisuels ont fourni les chiffres sur l'ensemble de l'année et soulignent ainsi, indirectement, le caractère inapproprié des dates de contrôle retenues. L'éditeur des services de télévision de rattrapage du groupe M6 (*M6 Replay* et *W9 Replay*) précise ainsi que les deux dates correspondent à des périodes de programmation spécifique sur les antennes des chaînes et ne sont donc pas représentatives du respect de l'obligation par le service qui pourrait être apprécié sur l'exercice complet, à l'instar de ce qui existe pour la diffusion en linéaire. Cette difficulté n'empêche cependant pas ces éditeurs de respecter les quotas.

Il en va différemment de la société *The Walt Disney Company France* (*Disney XD TVR* et *Disney Junior TVR*)<sup>16</sup> qui déclare ne pas avoir été en mesure de respecter les quotas et présente des chiffres sur l'année complète.

---

12 Les magazines *Quartier Général*, *Présumé Innocent*, *Star Story*, *Star Report* sont produits par les sociétés de production *Upside*, *3ème œil*, *Spica*, *Kawa*, etc...

13 La société *Le meilleur du cinéma* déclare a déclaré un chiffre d'affaires pour la version de son service *UniversCiné* sur internet et un chiffre d'affaires pour celle disponible sur Free.

14 Les différents supports de diffusion sont internet, l'IPTV, le satellite, le câble, la TV connectée et les écrans mobiles.

15 Le Groupe *Lagardère* déclare un service diffusé sur plusieurs supports (internet, les box Free, SFR, et Bouygues Télécom, et sur écrans nomades, et TV connectée Samsung/ sur CanalSat à la demande et sur Numéricable).

16 Sur l'année 2011, l'éditeur déclare que 20% des œuvres étaient d'expression originale française et 45% européennes sur *Disney Junior TVR*. En ce qui concerne le service *Disney XD TVR*, ces parts étaient égales à 37% selon la déclaration.

➤ ***Le rôle du distributeur dans l'éditorialisation du catalogue***

Plusieurs déclarations font ressortir le manque de maîtrise de l'éditeur sur le contenu proposé par le distributeur du service sans que cela ne porte d'ailleurs nécessairement atteinte au respect de l'obligation. Cette difficulté pose la question du contenu des contrats de distribution qui existent entre les distributeurs et les éditeurs. En revanche, la société *The Walt Disney Company* précise bien que les distributeurs des services de TVR *Disney Channel*, *Disney Junior* et *Disney XD*, sont tenus par des engagements contractuels, au respect de la réglementation française.

**2) Le respect de l'obligation d'exposition d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, européennes et d'expression originale française en page d'accueil**

**a) Les éditeurs qui respectent l'obligation**

Plusieurs méthodes sont mises en œuvre pour garantir, à tout moment, l'exposition privilégiée des œuvres concernées par le décret du 12 novembre 2010.

➤ ***La mise en avant par les entrées réservées aux œuvres***

Selon le groupe TF1, la grille mensuelle de programmation est établie par support et réserve au moins une entrée par jour à une œuvre française. Pour chaque service, des collaborateurs sont chargés de veiller à mettre en avant les œuvres d'expression originale française et européennes sur la page d'accueil.

➤ ***La reprise de l'ensemble des programmes linéaires***

Un certain nombre d'éditeurs (le Groupe *Bolloré* avec ses services *Direct Star* et *Direct 8 Replay* et *France Télévisions*) insistent sur le fait que le service de rattrapage constitue le reflet du service linéaire de l'antenne. L'obligation d'exposition en page d'accueil serait donc nécessairement respectée compte tenu de la nature de la grille proposée à l'antenne.

➤ ***L'utilisation d'un relevé manuel***

L'éditeur des services *Canal+ à la demande* et *Canalsat à la demande* a mis en place un relevé manuel quotidien. Sur la page d'accueil du service *Canal+ à la demande*, par exemple, deux des quatre visuels proposés sont des œuvres d'expression originale française ou européenne.

➤ ***Le développement d'outils en cours***

Les groupes *M6* et *TF1* ne disposaient, au moment de la déclaration de dispositifs opérationnels pas pour les services de TVR de leurs chaînes (respectivement pour *M6* et *NT1* et *TMC*). Un outil de calcul en temps réel de la proportion substantielle d'œuvres exposées sur la page d'accueil serait à l'étude pour *M6 Replay* et un logiciel serait en cours de développement pour la TVR *NT1* et *TMC*.

De même, le groupe *NRJ* souligne que jusqu'à présent, le logiciel gérant la mise en page d'accueil de ses services de rattrapage (*NRJ12* et *NRJ Paris*) exposait automatiquement et à égalité tous les programmes offerts (principalement des productions propres à la chaînes), ce qui leur permettait déjà d'atteindre largement les objectifs fixés par le décret. Dans une prochaine version du site de ces *Smad*, actuellement en préparation, il leur sera possible d'intervenir manuellement et au cas par cas pour privilégier plus encore l'exposition et la valorisation des productions propres.

## **b) Les éditeurs qui semblent avoir des difficultés à respecter l'obligation**

### ➤ *Difficulté liée à la définition de la page d'accueil du service*

La question de la définition de la page d'accueil se pose par exemple pour les services *M6 Replay* et *W9 Replay* dans la mesure où l'accès est organisé directement par rubrique sans recourir à une interface d'accueil. On s'interroge alors sur la nécessité de prendre en compte, pour évaluer le respect de l'obligation, les pages d'accueil de chacune de ces rubriques.

### ➤ *Difficulté liée à l'éditorialisation automatique de la page d'accueil*

Alors même que *France Télévisions* n'a pas de difficulté à respecter l'obligation d'exposition sur son site de télévision de rattrapage, compte tenu de la composition du catalogue de l'antenne linéaire, la société soulève néanmoins la question de l'éditorialisation automatique qui existe sur la nouvelle version du site. Celui-ci a en effet été modifié afin de permettre aux utilisateurs, grâce à une boîte à outils, de trouver plus facilement un contenu par date, par nom ou par recommandation (audience ou réseaux sociaux). Ainsi la composition de la page d'accueil peut être fonction des choix effectués par le public. Le contenu de la page d'accueil évolue automatiquement au fur et à mesure de l'arrivée de nouveaux contenus, sans que l'éditeur n'intervienne. La société indique que ce système est appelé à être étendu aux autres supports. Toutefois, le caractère automatique de l'éditorialisation fait partie de la stratégie commerciale de l'éditeur et ne pourrait pas être considéré comme une difficulté d'application des dispositions du décret.

### ➤ *Difficulté liée au contrôle de la page d'accueil par le distributeur*

A l'instar de ce qui a été indiqué en ce qui concerne l'obligation des quotas en catalogue, plusieurs déclarations font ressortir le manque de maîtrise de l'éditeur sur le contenu proposé par le distributeur du service, sur sa page d'accueil. C'est notamment le cas du groupe *Equidia*.

Les éditeurs des services de rattrapage des chaînes *Stylia*, *Ushuaia TV* et *Histoire* déclarent contrôler uniquement la page d'accueil personnalisée de leur service de télévision de rattrapage sur l'espace qui leur est réservé au sein des offres de services de TVR des distributeurs et non la page d'accueil des services de TVR de ces distributeurs (sans que cela conduise toutefois à méconnaître l'obligation).

De la même manière, l'éditeur *The Walt Disney Company France* déclare n'exercer aucun contrôle sur le contenu de la page d'accueil des services de TVR qu'il partage avec les services de rattrapage d'autres chaînes. Il indique que les sections consacrées à la TVR sur les plateformes IPTV ne disposent généralement pas de pages d'accueil spécifiques mais que les contrats de distribution comportent des clauses qui imposent aux plateformes de respecter la réglementation française.

La même remarque est formulée par le groupe *Lagardère*. Le contrôle mis en place pour son service *Gulli Replay*, est rendu impossible lorsque l'accès au service a lieu par l'intermédiaire d'une page d'accueil des distributeurs (*Numéricable*, *Free*, *Bouygues* ou *SFR*).

## **B] Le respect des dispositions du chapitre II par les éditeurs de services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) ou autres (VàD).**

Parmi les 60 services proposant de la vidéo à la demande déclarés (18 VàDA et 42 services « autres », ici désignés par l'abréviation « VàD »), 9 ne franchissent pas les seuils fixés par le décret et sont dès lors exclus de l'étude<sup>17</sup>.

---

17 (cf infra, la liste des services exemptés d'obligation d'exposition en note de bas de page n° 4).

Sur les 51 services (15 services de VàDA et 36 « V à D ») qui ont fait l'objet d'une analyse, on distingue les 39 éditeurs (10 de V à DA et 29 de V à D) qui déclarent respecter globalement les obligations d'exposition fixées par le chapitre 12 du décret du 12 novembre 2010 précité et ceux qui semblent rencontrer des difficultés à appliquer les dispositions du décret du 12 novembre 2010 (12 services).

Une certaine hétérogénéité est là encore relevée dans les réponses des éditeurs des 39 services déclarant un respect global. En effet, pour 18 services, des indications sur la méthode mise en œuvre pour respecter les obligations de quotas d'œuvres européennes et d'expression originale française ont été fournies (13 déclarent un respect total et 5 un respect partiel). Les déclarations qui concernent les 21 autres services ne sont pas assez précises pour permettre d'apprécier pleinement leur conformité avec la réglementation.

## **1) Le respect de l'obligation de quotas d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, européennes et d'expression originale française dans les catalogues**

### **a) Les éditeurs qui respectent l'obligation**

#### **1/ Le choix d'une méthode destinée à garantir le respect de l'obligation**

Il ressort de l'instruction des déclarations des éditeurs que plusieurs méthodes existent pour garantir la mise à disposition des quotas d'œuvres européennes et d'exposition originale française pour les services de vidéo à la demande.

##### **➤ *La prise en compte des contraintes réglementaires lors de la constitution du catalogue des œuvres***

Le groupe *Watch TV* indique que ses services *Vodéo* et *Iminéo* respectent les quotas d'œuvres en s'appuyant sur l'expertise d'un collaborateur chargé de composer le catalogue en intégrant les exigences de la réglementation. Ainsi, le travail effectué, en amont, pour mettre en place un catalogue composé majoritairement d'œuvres françaises, permet de remplir l'obligation réglementaire. C'est également le cas du service de vidéo à la demande par abonnement édité par *Filmo TV* qui indique recourir à une politique d'acquisition centrée sur les films européens.<sup>18</sup>

##### **➤ *La conclusion d'accords avec les ayants-droit***

Le service *Virginmega*<sup>19</sup> met en avant l'existence d'accords avec un nombre important d'ayants-droit qui proposent majoritairement des films d'origine française et européenne tels que *Gaumont*, *Europacorp*, *MK2*, *Pathé*, *France TV*, *M6* et *TF1*.

##### **➤ *La négociation systématique des droits de vidéo à la demande***

Le groupe *France Télévisions* a amélioré son offre V à D en négociant de manière systématique les droits de vidéo à la demande à l'occasion de la signature des contrats de diffusion. Le service *Pluzz V à D*, auparavant limité, permet aujourd'hui une continuité par rapport à la diffusion qui existe sur les antennes. Les programmes qui ont été diffusés à l'antenne, sont ensuite mis à disposition sur le service de télévision de rattrapage *Pluzz*, avant d'être accessibles sur le service *Pluzz V à D* (dès lors qu'ils ne sont plus disponibles sur *Pluzz*).

---

18 L'éditeur déclare également un contrôle régulier des œuvres disponibles avec trois pointages en janvier, juin et décembre.

19 Ce service respecte bien la part d'œuvres d'expression originale française (40% sur l'année 2011) mais pas celles des œuvres européennes (12,4% sur l'année).

## **2/ Les services qui respectent l'obligation en raison de leur objet**

Dans certains cas, l'objet même du service entraîne un respect des obligations sans qu'il soit nécessaire pour l'éditeur de mettre en place une méthode particulière.

### **➤ *La promotion de la production indépendante française***

Les services édités par *Filmdocumentaires*,<sup>20</sup> les éditions *L'Harmattan*<sup>21</sup> et *Mouviz*<sup>22</sup> respectent, sans difficulté l'obligation, en raison de l'objet même de la société, qui est précisément la promotion de la production indépendante française et d'expression originale française.

### **➤ *La promotion du cinéma indépendant européen***

La société *Le Meilleur du Cinéma* promeut le cinéma indépendant européen à travers l'offre de VàD proposée sur son service *UniversCiné*. La fédération européenne des plates-formes VàD de cinéma indépendant (*EuroVod*), présidée par la société *Le Meilleur du Cinéma*, et qui regroupe huit pays européens, permet au service d'avoir accès à des films, inédits en France ou qui n'y sont plus exploités, en provenance de plusieurs pays européens.<sup>23</sup>

### **➤ *La mise en ligne des productions de la société éditrice***

Les sociétés *Lardux Films* et *Editions Montparnasse*<sup>24</sup> utilisent leurs services de médias audiovisuels à la demande comme des vitrines, permettant de valoriser leur activité principale d'édition ou de production de films français.

### **➤ *La conservation du patrimoine audiovisuel national***

L'article 49 de la loi du 30 septembre 1986 confie à l'INA une mission de conservation du patrimoine audiovisuel national. L'institut édite dès lors principalement des œuvres d'expression originale française qui ont été (co)produites et diffusées par des sociétés nationales de programmes.<sup>25</sup>

## **b) Les éditeurs qui semblent avoir des difficultés à respecter l'obligation**

Plusieurs raisons sont avancées par les éditeurs pour expliquer les difficultés rencontrées lorsqu'il s'agit de mettre en œuvre l'obligation portant sur les quotas d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles européennes et d'expression originale française.

### **➤ *Difficulté liée au caractère continu de l'obligation***

Plusieurs déclarations indiquent que le caractère dynamique du service lié à son mode de consommation empêche de garantir, « à tout moment », que les quotas prescrits soient respectés dans le catalogue du service.

L'éditeur du service *Canalplay VOD* fournit des données sur le respect des quotas au cours de l'année<sup>26</sup>, tandis que *SFR*, éditeur du service *Club vidéo*, présente la situation de son catalogue à une

---

20 L'éditeur déclare que le catalogue du service est composé de 95% d'œuvres d'expression originale française.

21 Les deux services déclarés par l'éditeur (*l'HarmattanTV.com* et *l'HarmatHeque*, plateforme pour le public institutionnel) proposent exclusivement des œuvres d'expression originale française.

22 Ce service propose exclusivement des courts-métrages indépendants français.

23 Le service *UniversCiné* est par ailleurs soutenu depuis 2007 par le programme Média de la Commission européenne.

24 Le service *Lardux.com* est un site de vidéo à la demande gratuite ne générant aucun chiffre d'affaire. Le service *Editions Montparnasse* est un site de vidéo à la demande payante à l'acte qui déclare un chiffre d'affaire très bas.

25 L'INA édite le service *VAD/ VADA « Ina Premium »* disponible chez les opérateurs *Free* et *Numéricable*. Il propose également sur *Ina.boutique* une offre payante du fonds *Ina.fr* disponible en téléchargement et gravage à la demande.



date unique choisie au cours de l'exercice 2011.<sup>27</sup> Ceci démontre leur difficulté à justifier du respect de l'obligation de mise à disposition des œuvres aux deux dates demandées par le Conseil.

En ce qui concerne le service *Canalplay VOD*, l'éditeur souligne également la difficulté à reconstituer l'ensemble du catalogue et précise avoir recomposé le catalogue des programmes à partir de l'historique des commandes réalisées sur le service, en raison du caractère mouvant du catalogue des programmes disponibles.

➤ ***Difficulté logistique***

France Télévisions met en avant un problème de personnels et la difficulté d'opérer un suivi permanent du catalogue.

➤ ***Difficulté liée à l'accès aux droits***

Les éditeurs *Free* et *SFR* soulignent la problématique de l'accès aux droits. *Free* déclare qu'il s'agit d'une cause de fermeture d'un de ses services. Le Groupe *AB*, éditeur du service *My Mangas* rencontre également la même difficulté en ce qui concerne l'accès aux droits d'exploitation des dessins animés français.<sup>28</sup>

Toutefois, l'accès aux droits ne suffit pas toujours pour garantir le respect des quotas. C'est notamment ce que souligne *Vidéo Futur* qui précise avoir passé des accords avec la totalité des titulaires de droits français, afin de proposer dans son catalogue la quasi-totalité des œuvres françaises aujourd'hui disponibles en VàD<sup>29</sup>, sans pour autant être capable de justifier du respect des quotas « à tout moment ».

➤ ***La spécificité du service empêche un respect des obligations***

Certaines déclarations font apparaître des services dont la spécificité empêche un respect d'une des obligations d'exposition (en ce qui concerne soit les œuvres européennes soit les œuvres d'expression originale française) ou des deux catégories d'œuvres à la fois. Cette problématique soulève la question de la pertinence de l'application des obligations pour ce type de services

• ***La spécialisation dans l'offre d'œuvres non européennes***

Plusieurs éditeurs proposent par exemple un accès à des services qui regroupent majoritairement des œuvres non européennes. C'est le cas du service de *Cinéma(s) à la demande* édité par la société *Le Meilleur du Cinéma* sur internet et également disponible sur *Free*. Il s'appuie sur les catalogues de *Metropolitan Films* et *HK Vidéo*, constitués principalement de films non européens, ce qui explique qu'il ne respecte pas encore les quotas. L'éditeur précise toutefois qu'un travail d'agrégation d'œuvres européennes et d'expression originale française devrait permettre au service de respecter les quotas à court terme (en septembre 2012). C'est également le cas de *WarnerBros*, filiale française du studio américain qui a créé un service de VàD en France.

• ***La spécificité de l'offre centrée sur un genre, une thématique, un continent.***

Le catalogue du service<sup>30</sup> édité par *Théma SAS* est composé exclusivement d'œuvres audiovisuelles d'origine africaine, en majorité en langue française ou en dialecte africain. Si le quota d'œuvres d'expression originale française peut être respecté, celui d'œuvres européennes ne peut l'être en raison

---

26 L'éditeur remplit l'obligation sur l'année 2011 pour les œuvres cinématographiques (qui représentent la majorité des œuvres disponibles sur le service) mais pas en ce qui concerne les œuvres audiovisuelles dont 24% seulement sont d'expression originale française.

27 Les quotas déclarés par *SFR* pour le service *Club Vidéo* sont ceux de la journée du 10 mars 2011 et ne respectent pas les proportions imposées par le décret.

28 Le service, disponible sur *IPTV*, indique que les difficultés d'accès aux droits *VOD* ne lui ont pas permis de respecter les quotas d'œuvres.

29 Soit près de 2000 selon sa déclaration.

30 Il s'agit du service *Films Afrique*, disponible sur *Numéricable* et *Free* (sous le nom *Afrique VAD*).

de la spécificité même du catalogue du service dont la finalité est d'ouvrir une fenêtre sur la culture africaine. Les services *TV5 Monde + Afrique* et *KZ Play*<sup>31</sup> rentrent également dans ce cas de figure.

- ***La valorisation du cinéma européen***

La société *Lobster films* édite le service *Europa Films Treasures*, site de vidéo à la demande gratuit dont l'objet consiste à valoriser les activités des cinémathèques européennes. Le site fonctionne grâce à un réseau d'une trentaine de cinémathèques partenaires dont quatre seulement sont françaises. L'éditeur explique qu'il serait malvenu d'imposer la langue française aux cinémathèques étrangères, désirant valoriser leur patrimoine national. Il ajoute que toutes les œuvres, quel que soit leur langage d'origine, sont proposées dans les cinq langues majeures européennes, grâce aux sous-titres.

- ***La nécessité de répondre aux différentes demandes du public***

Les éditeurs *SFR* et *Vidéo Futur* soulignent que leur politique d'acquisition doit permettre un catalogue le plus large possible pour répondre aux attentes des utilisateurs dont le profil peut être très différent selon le support ou la marque qui le diffuse. Cette nécessité n'est cependant pas spécifique aux services non linéaires. Les services linéaires sont également soumis à des contraintes d'audience sans que cela ne constitue un obstacle au respect de leurs obligations.

## **2) Le respect de l'obligation d'exposition d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, européennes et d'expression originale française en page d'accueil**

### **a) Les éditeurs qui respectent l'obligation**

#### **1/ Les moyens mis en œuvre**

- ***La sélection manuelle des œuvres exposées en page d'accueil***

L'une des solutions pour garantir la mise en avant des œuvres européennes et françaises peut reposer sur la présence d'une personne chargée de l'éditorialisation connaissant les contraintes liées à la présence des œuvres en page d'accueil. C'est notamment le cas des services *Iminéo* et *Vodéo* du groupe *Watch TV*.

- ***Les autres moyens de valorisation des œuvres***

Pour la plupart des services, les œuvres sont mises en avant en page d'accueil par la mention des titres, la présence des visuels, et parfois la présentation de résumés.

L'ergonomie de certains services permet une mise en valeur par d'autres moyens tels que des blocs animés ou statiques (notamment sur le site d'*UniversCiné*) qui sont mis à jour, plusieurs fois par semaine, par les équipes éditoriales et marketing<sup>32</sup>.

Le service *Médiathèque numérique*<sup>33</sup> privilégie les entrées éditoriales dès la page d'accueil. Un module présente une sélection de bandes-annonces de films, puis, le bloc « *Nouveautés* » regroupe une sélection de visuels des derniers ajouts sur le site. Tous ces modules permettent de brasser le catalogue et d'assurer l'exposition privilégiée d'œuvres européennes et d'expression originale française.

Certains éditeurs, tel que *Virginmega* utilisent des carrousels, afin de présenter les nouveautés. Un onglet spécifique existe pour les titres *UniversCiné*, dont la majorité est composée de films français ou

---

31 KZ Play (Vàd et VàDA) est un service spécialisé dans la vidéo de Mangas édité par la société KAZE.

32 L'éditeur déclare veiller à ce que le bloc des nouveautés reflète en permanence la diversité du catalogue selon les critères suivants : origine des films en privilégiant une forte proportion d'œuvres européennes, année de production et actualité. Il ajoute que des bonus sont réalisés par l'équipe éditoriale principalement sur des personnalités francophones et européennes.

33 Service de VàD payante à l'acte édité par Le Meilleur du Cinéma.

européens. En outre, chaque année, l'éditeur *Gaumont* bénéficie d'une présentation éditorialisée sur ce service avec notamment, à partir de son catalogue, des grands classiques du cinéma français.

## **2/ Le respect mécanique des obligations**

C'est le cas des éditeurs dont le catalogue est constitué majoritairement ou exclusivement d'œuvres européennes. La page d'accueil est le reflet de ce catalogue, notamment pour les éditeurs *Vodéo* et *Lardux* et respectent en conséquence l'obligation sans difficulté.

Cela concerne également les *Editions Montparnasse* qui ont mis en place un système, qui permet de faire tourner en page d'accueil l'ensemble du catalogue par sections (« coups de cœur », « à l'affiche » et « meilleures ventes »). Ce qui rend possible une exposition globale de l'ensemble du catalogue qui est principalement consacré aux œuvres françaises et européennes.

### **b) Les éditeurs qui semblent avoir des difficultés à respecter l'obligation**

#### **➤ *Difficulté liée à une conception trop restrictive de la valorisation en page d'accueil***

Pour certains éditeurs, la page d'accueil ne représente que l'un des points d'entrée vers leurs offres. Ils mettent en avant les œuvres par d'autres biais. Les éditeurs *SFR* et *Vidéo Futur* insistent sur une mise en valeur des œuvres par des rubriques thématiques mettant en avant par exemple l'origine de l'œuvre.

Ainsi, les efforts de *SFR* semblent plutôt porter sur la valorisation des œuvres européennes et d'expression originale française par l'éditorialisation et l'organisation du catalogue (ce qui n'est finalement demandé que pour la page d'accueil dans le décret). En ce qui concerne le fond de catalogue, l'éditeur décrit les rubriques et sous-catégories dans lesquelles les œuvres européennes et d'expression originale française sont particulièrement bien valorisées<sup>34</sup>. Il considère également que le site internet (depuis lequel l'utilisateur peut créer une rubrique « favoris », choisir et acheter des programmes qu'il visionnera ensuite sur le téléviseur), la lettre d'information « la semaine de Club Vidéo », les SMS d'information ou le magazine vidéos de *SFR* constituent, comme la page d'accueil, des portes d'accès vers le service qui sont autant de moyens de valorisation des œuvres en dehors de la page d'accueil elle-même.

Il en va de même pour *Vidéo Futur*, dont le service en ligne propose une page d'accueil commune aux activités de VAD et de location de DVD. Cette page donne accès aux différentes rubriques qui constituent le catalogue disponible en VAD. C'est donc dans les rubriques du menu, visible depuis cette page, que les œuvres sont valorisées. Ce menu propose en effet des sélections thématiques dont certaines mettent plus spécifiquement en avant des films français ou européens.

#### **➤ *Difficulté liée à une stratégie commerciale mise en œuvre***

Les services dont la page d'accueil ne met en avant que les nouveautés ont plus de difficultés à respecter l'obligation d'exposition. C'est le cas du service *Club Vidéo* sur la box *SFR*, sur lequel l'obligation ne semble pas pouvoir être respectée à tout moment mais plutôt, dès lors que le calendrier des sorties le permet. Ici encore, il s'agit d'un choix commercial de l'éditeur qui ne peut dès lors s'en prévaloir pour invoquer une difficulté d'application du décret.

---

34 Par exemple : « Tout le cinéma », rubrique « Comédies françaises » ou « La sélection du club » sur « Les films des Césars », etc...

## II Respect des dispositions relatives à la contribution au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles

### A) LA TELEVISION DE RATRAPAGE

#### 1. La contribution à la production audiovisuelle

Aux termes du III de l'article 1<sup>er</sup> du décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010, les dispositions relatives à la contribution au développement de la production audiovisuelle prévues dans ce décret ne sont pas applicables aux services de télévision de rattrapage, dont les recettes sont déjà incluses dans l'assiette de contribution à la production audiovisuelle des services linéaires dont ils sont issus.

En effet, les décrets n° 2010-747 du 2 juillet 2010 (décret applicable aux services hertziens) et n° 2010-416 du 27 avril 2010 (décret applicable aux services « non hertziens ») ont introduit les recettes issues de l'exploitation des services de télévision de rattrapage dans les assiettes de la contribution des éditeurs de services à la production audiovisuelle, pour le respect de leurs obligations prévues par ces décrets.

Au titre de l'exercice 2011, les éditeurs de services soumis aux décrets n° 2010-747 et 2010-416 ont déclaré 16 millions d'euros<sup>35</sup> de recettes issues de l'exploitation des services de télévision de rattrapage en 2010.

Sur ce point, Canal + comme le groupement de services Orange Cinéma Séries précisent que leurs services de télévision de rattrapage sont réservés à leurs abonnés et ne contiennent aucun message publicitaire.

<b>Montant des recettes de TVR déclarées lors du bilan des investissements en production audiovisuelle de l'exercice 2011</b>	
France Télévisions	871 000 €
Groupe TF1	3 421 565 €
M6	11 014 666 €
W9	584 000 €
Groupe Lagardère	150 000 €

#### 2. La contribution à la production cinématographique

Aux termes du II de l'article 1<sup>er</sup> du décret n° 2010-1379, les dispositions relatives à la contribution au développement de la production cinématographiques sont applicables aux services de télévision de rattrapage qui proposent annuellement au moins dix œuvres cinématographiques. L'article 3 de ce même décret prévoit que les taux de contribution sont identiques à ceux auxquels est soumis l'éditeur de service linéaire dont le service de télévision de rattrapage est issu.

Quatre services sont à ce jour concernés :

- le service de télévision de rattrapage de Canal + « Canal + à la demande » ;
- « Pluzz », le service de télévision de rattrapage du groupe France Télévisions ;
- le service de télévision de rattrapage d'Orange Cinéma Séries ;
- le service de télévision de rattrapage de 13<sup>ème</sup> Rue.

---

35 Montant sous réserve de confirmation par France Télévisions de ses recettes de télévision de rattrapage.

- Concernant « Canal + à la demande », conformément au deuxième alinéa de l'article 33 du décret n° 2010-747 et à l'article 3 du décret n° 2010-1379, les recettes issues de l'exploitation des services de télévision de rattrapage des éditeurs de service de cinéma sont également incluses dans les ressources du service de télévision dont ils sont issus pour la contribution à la production cinématographique. De la même façon qu'en matière audiovisuelle, la contribution de Canal + à la demande est donc intégrée à celle des éditeurs de services linéaires du groupe Canal +.

- Concernant « Pluzz », le service déclare avoir mis à disposition plus de dix œuvres cinématographiques en télévision de rattrapage mais ne donne aucun élément à ce titre. Deux difficultés se posent :

- **l'identification des recettes de télévision de rattrapage reste à clarifier.** Lors du bilan de sa contribution à la production audiovisuelle au titre du décret n° 2010-747 (décret applicable aux services hertziens), le groupe France Télévisions a déclaré un montant correspondant au chiffre d'affaires des « services interactifs » bien supérieur à celui figurant dans la déclaration de ses obligations au titre du décret n° 2010-1379 (décret « SMàD »). Des précisions ont été demandées aux services de France Télévisions mais aucune information n'a été encore communiquée. Les services de France Télévisions ont néanmoins indiqué que la demande était en cours de traitement.

- **le taux de la contribution applicable est à déterminer.** Pour rappel, l'article 3 du décret n° 2010-1379 prévoit que les taux de la contribution sont identiques à ceux auxquels est soumis l'éditeur de service linéaire dont le service de télévision de rattrapage est issu. Or le service Pluzz porte sur la télévision de rattrapage de l'ensemble des services linéaires édités par le groupe et parmi ceux proposant une offre cinématographique, certains sont soumis à des taux de contribution différents. Par conséquent, il n'est aujourd'hui pas possible de déterminer le taux de la contribution à la production cinématographique qui serait applicable au service Pluzz.

- Concernant la télévision de rattrapage d'Orange Cinéma Séries, le service ne perçoit aucune recette publicitaire (cf. *supra*) ; son obligation de contribution à la production cinématographique est donc, à ce titre, nulle.

- De même, 13<sup>ème</sup> Rue ne déclare aucune recette issue de l'exploitation de son service de télévision de rattrapage via Canalsat à la demande. Par conséquent, son obligation de contribution à la production cinématographique est également nulle.

## **B) LA VIDEO A LA DEMANDE**

### **1. Analyse des déclarations des éditeurs des trois services dépassant le seuil des 10 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2010**

Compte tenu de leur chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent supérieur à dix millions d'euros et d'une offre annuelle de plus de dix œuvres audiovisuelles et de plus de dix œuvres cinématographiques, trois services sont assujettis en 2011 à des obligations de contribution à la production audiovisuelle et cinématographique :

- Canalplay VOD ;
- SFR Club Vidéo ;
- Vidéo à la demande d'Orange.

Ces trois services étant des services payants de vidéo à l'acte, leur contribution est spécifiquement régie par l'article 5 du décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010, qui dispose que :

« 1° 15 % au moins du chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent résultant de l'exploitation d'œuvres cinématographiques à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres cinématographiques européennes, dont au moins 12 % à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres cinématographiques d'expression originale française ;

2° 15 % au moins du chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent résultant de l'exploitation d'œuvres audiovisuelles autres que celles mentionnées au cinquième alinéa de l'article 1609 sexdecies B du code général des impôts à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres audiovisuelles européennes, dont au moins 12 % à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française.

II. — La part du chiffre d'affaires provenant des recettes autres que celles visées au I est prise en compte pour le calcul des chiffres d'affaires mentionnés aux 1° et 2° du I en proportion des montants respectifs de ces derniers. »

L'exercice 2011 étant la première année d'application du décret n° 2010-1379, les éditeurs sont soumis, en application de l'article 6 du décret, aux taux réduits suivants : 11% du chiffre d'affaires net de l'exercice 2010 pour les œuvres européennes, dont 8% pour les œuvres d'expression originale française (EOF).

## 1.1 CANALPLAY VOD

« Canalplay VOD » est un service de vidéo à la demande payant à l'acte, dont le chiffre d'affaires net s'est élevé pour l'année 2010 à **20,816 M€**

### Répartition du chiffre d'affaires global

CA net résultant de l'exploitation des œuvres audiovisuelles	CA net résultant de l'exploitation des œuvres cinématographiques	Autres recettes
2,634 M€	15,588 M€	2,593 M€
Soit <b>12,6% du CA global</b> procuré par l'exploitation du service	Soit <b>74,9% du CA global</b> procuré par l'exploitation du service	Soit <b>12,5% du CA global</b> procuré par l'exploitation du service

Conformément au II de l'article 5 du décret n° 2010-1379, les recettes autres que celles résultant de l'exploitation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques doivent être ajoutées aux chiffres d'affaires en proportion des montants respectifs de ces derniers.

### Part des chiffres d'affaires résultant de l'exploitation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques

CA net résultant de l'exploitation des œuvres audiovisuelles	CA net résultant de l'exploitation des œuvres cinématographiques
2,634 M€	15,588 M€
Soit <b>15% du CA</b> résultant de l'exploitation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques	Soit <b>85% du CA</b> résultant de l'exploitation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques
<b>Affectation des « autres recettes »</b>	
+ 15% de 2,593 M€ (soit + 0,388 M€) au sein de l'assiette de contribution à la <b>production</b>	+ 85% de 2,593 M€ (soit + 2,204 M€) au sein de l'assiette de contribution à la <b>production</b>

<b>audiovisuelle</b>	<b>cinématographique</b>
----------------------	--------------------------

Les assiettes de contribution sont donc réparties comme suit :

<b>CA servant de base de calcul de l'obligation d'investissement dans les œuvres audiovisuelles</b>	<b>CA servant de base de calcul de l'obligation d'investissement dans les œuvres cinématographiques</b>
<b>3,02 M€</b>	<b>17,792 M€</b>

Le tableau suivant présente les montants déclarés au titre des obligations de contribution à la production audiovisuelle et cinématographique prévues aux 1° et 2° de l'article 5 du décret :

	<b>Obligations</b>	<b>Montants déclarés</b>
<b>Œuvres audiovisuelles</b>		
Européennes	11% de 3,02 M€ Soit 332 524 €	14% 422 066 €
dont EOF	8% de 3,02 M€ Soit 241 836 €	12,5 % 377 050 €
<b>Œuvres cinématographiques</b>		
Européennes	11% de 17,792 M€ Soit 1,957 M€	11,8% 2,098 M€
dont EOF	8% de 17,792 M€ Soit 1,423 M€	9,2 % 1,633 M€

Les montants déclarés au titre de la contribution à la production cinématographique sont constitués uniquement de sommes versées en rémunération proportionnelle des ayants-droit pour l'accès dématérialisé aux œuvres (dépense prévue à l'article 7-I, 4° du décret « SMàD »).

Les montants déclarés au titre de la contribution à la production audiovisuelle sont très largement constitués de sommes versées aux ayants-droit, principalement par le biais de minima garantis et dans une moindre mesure par la rémunération proportionnelle mais ils comprennent également une part d'achats de droits pour des œuvres EOF (d'un montant de 19 500 €).

Les articles 9 et 10 du décret prévoient des obligations d'investissement dans la production indépendante pour les préachats et investissements en parts producteurs pour les œuvres audiovisuelles et cinématographiques. Or l'éditeur ne déclare aucune dépense de ce type, les obligations en matière de production indépendante ne lui sont donc pas applicables.

L'éditeur déclare néanmoins des dépenses de production indépendante (12,1% des dépenses déclarées en matière cinématographique et 13,1% des dépenses déclarées en matière audiovisuelle), sans doute par mauvaise connaissance du décret.

**Au vu des éléments déclarés, Canalplay VOD a respecté l'ensemble des obligations de contribution à la production audiovisuelle et cinématographique prévues par le décret n° 2010-1379.**

## **1.2 SFR CLUB VIDEO**

« SFR Club vidéo » est un service de vidéo à la demande payant à l'acte, dont le chiffre d'affaires net s'est élevé pour l'année 2010 à **13,57 M€**

**SFR Club vidéo n'a pas ventilé son activité selon le chiffre d'affaires résultant de l'exploitation des œuvres audiovisuelles et celui résultant de l'exploitation des œuvres cinématographiques. Il n'a pas rempli l'annexe 2 du fichier de déclaration.**

En outre, l'éditeur explique que « *du fait de restrictions inhérentes à [ses] systèmes d'informations* », **il n'a pas été en mesure de faire la distinction entre les versements en faveur des œuvres audiovisuelles et ceux en faveur des œuvres cinématographiques.**

Contactés par téléphone, les services de SFR apportent les précisions suivantes :

- Les versements aux ayants-droit peuvent intervenir sous deux formes :
  - soit sous la forme de minimas garantis (MG) versés en début de période d'exploitation. Par nature, ces MG sont sans lien avec la consommation réelle. Le MG peut porter sur une œuvre unitaire ou sur un catalogue de programmes ;
  - soit sous forme de rémunération proportionnelle, si la consommation dépasse celle correspondant au MG. Ainsi, sur une même œuvre ou un même catalogue, le MG peut être versé en année N et la rémunération proportionnelle en année N+1.
- L'éditeur utilise un système de gestion informatique des versements aux ayants-droit qui n'est pas en mesure d'identifier précisément chaque œuvre ni sa qualification audiovisuelle ou cinématographique mais **identifie la consommation d'une œuvre en fonction du catalogue auquel elle appartient**. Ce système informatique est constitué de deux bases distinctes : l'une permet d'identifier les montants à reverser à chaque détenteur de catalogue, l'autre s'apparente à un outil statistique pouvant identifier le nombre d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles consommées mais il n'est pas techniquement possible à ce jour de faire correspondre les montants versés aux œuvres consommées<sup>36</sup>.

La rémunération est donc répartie par type de fournisseur détenteur de droits et non par type d'œuvre. Sauf à retraiter manuellement chaque facture (environ 800 par mois), l'éditeur indique qu'il ne peut pas déterminer si la somme versée à l'ayant-droit rémunère la consommation d'une œuvre cinématographique ou celle d'une œuvre audiovisuelle.

- L'éditeur soulève une autre difficulté dans l'identification des œuvres, celle des œuvres dites « direct-to-video », c'est-à-dire les œuvres qui n'ont pas fait l'objet d'une sortie en salles en France et qui sont directement mises à disposition dans les offres de V&D. Pour SFR, la base statistique considère ces œuvres comme « films », alors qu'au sens de la réglementation, ces œuvres ne relèvent pas de la qualification cinématographique. En outre, ces œuvres n'ayant pas obtenu de visa d'exploitation, il est parfois difficile d'en connaître la nationalité exacte. Néanmoins, ces œuvres sont très minoritairement des œuvres d'origine européenne, ce qui

---

<sup>36</sup> Ceci explique que SFR est certes en mesure de donner le volume global d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques consommées mais n'est pas en mesure de distinguer les chiffres d'affaires résultant des œuvres cinématographiques et celui résultant des œuvres audiovisuelles ni les rémunérations versées à ce titre.



limite le risque que cette difficulté se présente pour des œuvres concernées par le périmètre du décret.

Dans l'impossibilité technique de distinguer les chiffres d'affaires résultant de l'exploitation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques ainsi que les reversements effectués, **l'éditeur ne fournit que des données agrégées et ne répond donc pas aux dispositions prévues par le décret.**

Le tableau suivant présente ce que représente le niveau d'une obligation « cumulée » basée sur un chiffre d'affaires global résultant de l'exploitation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques, sans distinction des obligations de contribution à la production audiovisuelle et cinématographique.

<b>Œuvres audiovisuelles et cinématographiques</b>	<b>Niveau d'une obligation « cumulée »</b>	<b>Montants déclarés</b>
Européennes	11% de 13,57 M€ Soit 1,492 M€	24,8 % du CA global  3,371 M€
dont EOF	8% de 13,57 M€ Soit 1,085 M€	18,4 % du CA global  2,503 M€

Les montants déclarés par l'éditeur sont constitués de sommes versées en rémunération proportionnelle des ayants-droit pour l'accès dématérialisé aux œuvres (article 7-I, 4° du décret « SMàD »). L'éditeur déclare qu'il a également contribué au développement de la production en finançant le sous-titrage de certaines œuvres, qu'il n'a toutefois pas chiffré.

S'agissant de l'impossibilité de répondre correctement aux dispositions réglementaires, l'éditeur invoque une contrainte technique liée à un système d'information inadapté. **Il pourrait donc lui être demandé de mettre en œuvre les moyens techniques nécessaires pour se conformer, à l'avenir, aux termes du décret.**

### **1.3 SERVICES DE VIDEO A LA DEMANDE D'ORANGE**

Orange édite trois services de vidéo à la demande :

- un service de vidéo à la demande à l'acte payant à l'acte, dont le chiffre d'affaires net s'est élevé pour l'année 2010 à **35,71 M€** ;
- deux services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA « jeunesse » et « musique »). Orange déclare, pour ces services, un chiffre d'affaires net en 2010 inférieur à 10 M€ (3,743M€). Pour cette raison, ces deux services ne sont assujettis à aucune contribution à la production audiovisuelle et cinématographique.

#### **Répartition du chiffre d'affaires global**

CA net résultant de l'exploitation des œuvres audiovisuelles	CA net résultant de l'exploitation des œuvres cinématographiques	Autres recettes
11,816 M€	23,893 M€	-

Soit <b>33% du CA global</b> procuré par l'exploitation du service	Soit <b>67% du CA global</b> procuré par l'exploitation du service	
--	--	--

Aucune recette « autres » n'est à répartir pour le service de V&D à l'acte d'Orange.

Le tableau suivant présente les montants déclarés au titre des obligations de contribution à la production audiovisuelle et cinématographique prévues aux 1° et 2° de l'article 5 du décret :

	Obligations	Montants déclarés
<b>Œuvres audiovisuelles</b>		
Européennes	11% de 11,816 M€ Soit 1,299 M€	22,5 % 2,661 M€
dont EOF	8% de 11,816 M€ Soit 0,945 M€	<b>5,5%</b> <b>0,645 M€</b>
<b>Œuvres cinématographiques</b>		
Européennes	11% de 23,893 M€ Soit 2,628 M€	31,6 % 7,563 M€
dont EOF	8% de 23,893 M€ Soit 1,911 M€	24 % 5,745 M€

Les montants déclarés par l'éditeur sont uniquement constitués de sommes versées en rémunération proportionnelle des ayants-droit pour l'accès dématérialisé aux œuvres (article 7-4° du décret « SM&D »).

L'éditeur affiche un niveau de contribution à la production cinématographique bien supérieur à son obligation. De même, il respecte largement son obligation de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles européennes. En revanche, **il ne parvient pas à respecter son obligation de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles EOF** : pour une obligation s'élevant à 8 % du chiffre d'affaires résultant de l'exploitation des œuvres audiovisuelles, l'éditeur enregistre un **déficit de 2,5 points**, soit un **manquement de 0,3 M€**

Contactés par téléphone, les services d'Orange expliquent que **les reversements aux ayants-droit s'effectuent en fonction de la consommation effective des œuvres par le public.**

Dès lors, le déficit concernant les œuvres audiovisuelles EOF n'est que le reflet de la consommation réelle de ces mêmes œuvres par le public, alors que, dans le même temps, la consommation beaucoup plus importante des œuvres cinématographiques européennes et EOF a engendré d'importants reversements aux ayants-droit et permis en conséquence de respecter très largement les niveaux de contribution prévus par le décret.

Pour Orange, ceci démontre le caractère inadapté du décret « SMàD » au secteur de la vidéo à la demande, et ce en dépit des efforts éditoriaux mis en œuvre en direction des œuvres audiovisuelles EOF, puisque les services d'Orange soulignent que les quotas d'exposition de ces œuvres ont été par ailleurs respectés.

## **2. Synthèse des questions soulevées par l'application du décret « SMàD »**

L'analyse des déclarations des éditeurs assujettis, en application du décret « SMàD », à une obligation de contribution à la production audiovisuelle et cinématographique a mis en évidence deux constats.

### **2.1 Sur les dépenses valorisables dans la contribution**

Elles semblent inadaptées au modèle économique des services de VàD pour deux raisons :

- Les dépenses de préachat et d'investissement en part de producteur (article 7-I, 1° et 2° du décret n° 2010-1379) ne semblent pas, à ce jour, accessibles aux services de vidéo à la demande.

SFR comme Orange expliquent qu'aujourd'hui ces dépenses de préfinancement ont été transposées du modèle économique des services linéaires et ne sont pas compatibles avec celui des services à la demande qui n'ont pas la surface financière suffisante pour participer au préfinancement d'une œuvre.

- Les reversements aux ayants-droit (article 7-I, 4° du décret n° 2010-1379)

Pour alimenter leur offre de programmes, les éditeurs de SMàD se fournissent auprès des détenteurs de droits qu'ils rémunèrent en fonction de la consommation effective des œuvres<sup>37</sup>. Les reversements des services à la demande dépendent ainsi totalement de la consommation du public<sup>38</sup>.

Les dépenses effectuées par les SMàD étant donc fonction de la consommation réelle, cela exclut pour eux la possibilité de piloter en amont les investissements, contrairement aux éditeurs de services linéaires, dont le modèle économique permet d'orienter leurs investissements pour répondre au cadre réglementaire.

Ce point apparaît comme un vrai problème d'adaptation des obligations réglementaires à l'économie des SMàD.

### **2.2 Sur la variabilité du chiffre d'affaires et les taux réduits applicables à la contribution**

L'article 6 du décret n° 2010-1379 prévoit d'appliquer des taux réduits de contribution aux éditeurs de SMàD, à partir de la première année d'application du décret, c'est-à-dire, première année de dépassement du seuil de 10 M€ de chiffre d'affaires

Or, le décret ne prévoit pas le cas de fluctuation du chiffre d'affaires d'une année sur l'autre. Dans l'hypothèse où un éditeur franchirait le seuil des 10 M€ de chiffre d'affaires puis l'année suivante enregistrerait un chiffre d'affaires inférieur à ce seuil, la question se pose de savoir quel taux serait

---

37 Sauf si le visionnage de l'œuvre n'excède pas le minimum garanti que l'éditeur a éventuellement versé au préalable.

38 Si le public consomme avant tout des œuvres d'origine américaine, les reversements aux œuvres EOF seront limités.

alors applicable si le chiffre d'affaires de cet éditeur était à nouveau supérieur à 10 M€ l'année suivant celle-ci.

Les taux réduits ne sont-ils applicables qu'à partir de la première année de franchissement du seuil de 10 M€ ou le sont-ils à chaque fois que ce seuil est à nouveau franchi ?

### **2.3 Sur les taux applicables à la contribution à la production cinématographique des services de télévision de rattrapage**

En prévoyant en son article 3 que les taux de contribution sont identiques à ceux auxquels est soumis l'éditeur de service linéaire dont le service de télévision de rattrapage est issu, le décret n'a pas prévu le cas d'un service comme « Pluzz », qui propose en télévision de rattrapage les programmes de plusieurs services édités par le même groupe et qui sont soumis, en vertu du décret n° 2010-747 du 2 juillet 2010, à des taux de contribution différents.

Pour déterminer le taux de contribution applicable dans cette hypothèse, le décret nécessiterait d'être précisé sur ce point.

\* \* \*

## Annexe 4

<b>Synthèse de la consultation publique portant sur l'application du décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande</b>
---

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel, conformément au décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande (SMAD), a publié le 30 avril 2013 une consultation publique destinée à recueillir l'avis des acteurs concernés, en préparation de la remise d'un rapport au Gouvernement sur l'application des dispositions du décret et les éventuelles modifications qui pourraient leur être apportées afin de les adapter à l'évolution des services de médias audiovisuels à la demande et aux relations entre les éditeurs de ces services, les producteurs et les auteurs.

Le Conseil a reçu 19 réponses.

	<b>Contributeurs</b>
<b>Sociétés éditrices de SMAD</b>	Arte France Canal + France Télévisions Kaze M6 Orange T F1 TV5Monde
<b>Autres sociétés</b>	Ericsson Free
<b>organismes professionnels</b>	Association des Chaînes Conventionnées Editrices de Services (ACCeSs) société civile des Auteurs-Réalisateurs-Producteurs (ARP) Bureau de Liaison des Organisations du Cinéma (BLOC) Fédération Française des Télécoms (FFT) Regroupement des Organisations du Court (ROC) Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques (SACD) Société Civile des Auteurs Multimedia (SCAM) Syndicat des éditeurs de vidéo à la Demande (SEVÀD) Union Syndicale de la Production Audiovisuelle (USPA) associée au Syndicat des Producteurs de Films d'Animation (SPFA)

La consultation publique invitait les participants à présenter leurs réflexions et propositions de modification s'agissant, d'une part des dispositions du décret portant sur la contribution des SMAD au financement des œuvres européennes ou d'expression originale française, d'autre part des dispositions portant sur l'offre de ces œuvres européennes et leur mise en valeur par les SMAD.

Les principaux enseignements tirés de ces contributions sont les suivants.

## **1- Les dispositions du décret portant sur la contribution des SMAD au financement des œuvres européennes ou d'expression originale française**

**→ Le décret prévoit que les obligations financières s'imposent aux services proposant annuellement 10 œuvres cinématographiques de longue durée ou 10 œuvres audiovisuelles et que les obligations d'exposition de ces œuvres s'appliquent aux services proposant 20 œuvres de cinéma ou 20 œuvres audiovisuelles. La consultation portait tout d'abord sur l'opportunité d'adopter un seuil de déclenchement unique pour les obligations financières et d'exposition (question n° 1)**

Si Canal+ et la SACD sont défavorables à l'adoption d'un seuil unique, une grande majorité de participants y est favorable, tant parmi les éditeurs (Arte, ACCeS, TF1, Orange<sup>1</sup>, France Télévisions, M6, TV5 Monde) qu'au sein des organismes professionnels, en particulier du cinéma et de l'audiovisuel (ARP, BLOC, USPA/SPFA, FFT). Leurs avis divergent cependant quant à la façon de parvenir à cette harmonisation.

Plusieurs contributeurs sont favorables à un abaissement du seuil. Certains d'entre eux (TF1, USPA/SPFA, BLOC) proposent un alignement sur le seuil de déclenchement des obligations financières, soit 10 œuvres. Arte et l'ARP sont également favorables à un abaissement du seuil, sans en préciser l'ampleur, dès lors que le nouveau seuil serait suffisamment bas pour éviter tout contournement des obligations financières.

D'autres contributeurs (ACCeS, Orange, FFT, France Télévisions, M6) suggèrent au contraire un relèvement du seuil à 20 œuvres, de façon à ne pas affaiblir la compétitivité des services établis en France par des obligations excessives, tandis que TV5 Monde propose un relèvement à hauteur de 52 œuvres cinématographiques ou audiovisuelles, soit le seuil appliqué pour le déclenchement des obligations de financement des chaînes de télévision.

Par ailleurs, des contributeurs proposent de modifier le seuil financier de déclenchement des obligations (actuellement fixé à 10 millions d'€ de chiffre d'affaires), bien que ce point ne soit pas évoqué dans la consultation. Certains, constatant qu'une part très réduite des SMAD s'acquittent des obligations en raison de l'existence de ce seuil financier, proposent de l'abaisser (SCAM, BLOC, Roc), d'autres (SEVAD) proposent au contraire de le relever de façon à ne pas étouffer l'économie émergente de la VAD, sans préciser pour autant le seuil en question.

**→ La consultation évoquait ensuite l'opportunité de simplifier les catégories de SMAD évoquées par le décret en définissant deux types de Smad : la télévision de rattrapage (TVR) et la vidéo à la demande (VàD), au lieu de trois actuellement : la TVR, la VàD à l'acte et les autres types de services, dont la VàD par abonnement (question n°2).**

Parmi les participants s'étant exprimé sur cette question, une large majorité, notamment d'organismes professionnels (Canal+, M6, TV5 Monde ACCeS, BLOC, FFT, Orange, SACD, SEVAD, USPA/SPFA), est défavorable à un regroupement des deux catégories que distingue aujourd'hui le décret : la VàD à l'acte et les autres services (VàD par abonnement, VàD gratuite).

Certains (notamment BLOC, Canal +, M6, Orange, FFT) considèrent que ces deux catégories relèvent d'œuvres différentes (nouveau types pour la VàD à l'acte, films ou séries de catalogues pour la VàD par abonnement) donc de réglementations distinctes, et que les trois catégories du décret ne relèvent pas de la même fenêtre dans la chronologie des médias. L'ACCeS souligne que les

---

<sup>1</sup> TF1 et Orange sont les seuls contributeurs à avoir demandé la confidentialité de leur réponse

trois catégories de SMAD prévues par le décret correspondent à trois modèles économiques distincts (paiement à la séance, télévision payante, télévision gratuite).

Les acteurs favorables à un regroupement (Arte, ARP, France Télévisions, TF1) invoquent en premier lieu la nécessité de simplifier un cadre perçu comme complexe. France Télévisions précise que la distinction opérée par le décret entre la VàD à l'acte et la VàD par abonnement en termes d'obligation d'investissement n'a aucune incidence en l'état actuel de la chronologie des médias mais qu'en tout état de cause, une fois ces deux catégories de service regroupées, c'est le régime de la VàD à l'acte qui devrait être appliqué.

TF1 propose de procéder à un regroupement de plus grande ampleur par la création d'une catégorie unique (TVR et VàD) s'accompagnant d'un relèvement du seuil financier à 25 M€.

Le BLOC évoque par ailleurs les obligations qui pèsent sur les services de VàD par abonnement, qu'il juge trop faibles en comparaison des obligations supportées par les chaînes de télévision que ces services concurrencent.

→ S'agissant de la proposition d'**élargir le champ de la télévision de rattrapage par inclusion des programmes mis à disposition sans limite de temps ou des bonus (question n°3)**, les positions des contributeurs sont partagées.

L'ACCeS, l'ARP, TV5-Monde, Canal +, France Télévisions et Orange sont favorables à cette option.

La majorité des organismes professionnels de l'audiovisuel ou du cinéma participant à la consultation (SACD, SCAM, USPA/SPFA, BLOC, M6) désapprouvent cette perspective, qui selon eux réduirait la différence entre VàD et TVR et conduirait à prolonger la période de rediffusion des œuvres dans le cadre de la TVR, dont ils souhaitent qu'elle soit explicitement encadrée. De même, Arte considère que le périmètre de la TVR nécessite d'être confirmé, de façon à conforter les accords passés avec les producteurs qui permettent une rediffusion non rémunérée, mais non élargi, dès lors que la limitation dans le temps de la rediffusion est constitutif de ces accords. TF1 considère également que les programmes mis à disposition sans limite de temps relèvent de la VàD.

→ La dernière piste évoquée par la consultation, en matière de simplification de la contribution financière des SMAD, portait sur la possibilité pour les services de télévision d'intégrer à l'assiette de leur contribution les recettes et les dépenses de TVR liées à l'exploitation des films, de même qu'ils le font pour les recettes et les dépenses provenant des fictions (**question n°4**).

Une majorité de répondants adhère à cette mesure (ACCeS, ARP, Arte, Canal +, Orange, TV5 Monde, FFT, France Télévisions, SACD). Le BLOC rappelle que pour les films de cinéma, il n'existe dans aucun pays de modèle de diffusion en TVR gratuite, et que par conséquent seules les chaînes payantes seraient pour l'instant concernées par une telle mesure.

## **2- Les dispositions portant sur l'offre d'œuvres européennes ou d'expression originale française et sa mise en valeur**

→ Le décret prévoit la présence au catalogue des SMAD d'un volume minimal d'œuvres européennes et d'expression originale française, obligation qu'ils se doivent de respecter en permanence. La consultation évoquait la possibilité d'assouplir cette obligation en mesurant ce volume minimal sur la base d'une moyenne annuelle, de façon à tenir compte

**d'éventuelles contraintes de programmation et d'approvisionnement en œuvres (question n° 5).**

Une majorité des contributeurs (ACCeS, Arte, ARP, BLOC, Canal +, France Télévisions, Free, FFT, M6, SACD, SEVAD, TF1, TV5 Monde,) est favorable à un assouplissement. La majorité des éditeurs (Canal +, France Télévisions, M6, TF1) souhaite que cet assouplissement bénéficie à la fois à la TVR et à la VàD. Orange, la FFT, la SACD, le SEVAD et Free y sont également favorables.

En revanche, plusieurs contributeurs, notamment des représentants des professionnels du cinéma ou de l'audiovisuel (ARP, BLOC) souhaitent que cette mesure soit réservée aux services de TVR, seuls SMAD à ne maîtriser que partiellement la composition de leur catalogue (inhérent à la programmation du service linéaire auquel ils sont rattachés). Pour eux, l'obligation pour les services de VàD de réserver à tout moment dans leur catalogue une place minimale en faveur des œuvres européennes et d'expression originale française reste pertinente. En outre, une obligation sur une base annuelle nécessite selon eux des calculs complexes que le Conseil ne serait pas en mesure de vérifier. Arte est toutefois favorable à un assouplissement limité en faveur de la VàD.

Certains éditeurs ou représentant des éditeurs (TV5-Monde, ACCeS) considèrent que s'agissant de la TVR, l'assouplissement doit aller au-delà de la piste évoquée par la consultation et supprimer tout quota portant sur le catalogue des services de TVR, dès lors que ce catalogue est entièrement dépendant de la programmation du service linéaire.

France Télévisions, bien que favorable à cette option, considère que son contrôle sera difficile, et précise que le quota d'œuvres européennes et d'expression originale française pourrait être allégé s'agissant de la VàD, dès lors que la loi n'impose pas la transposition des quotas prévus pour les services linéaires.

Enfin, seule l'USPA -SFPA est totalement défavorable à cette mesure, le reste des contributeurs ne se prononçant pas.

**→ Certains SMAD relèvent d'une thématique ou d'une ligne éditoriale qui se prêterait mal à la présence à leur catalogue d'œuvres européennes ou d'expression originale française à la hauteur des exigences du décret. Il était demandé aux éditeurs des services concernés les engagements qu'ils accepteraient de prendre en contrepartie d'un assouplissement de leurs quotas (question n° 6).**

Deux éditeurs concernés en raison de leur spécialisation ont répondu à la consultation. TV5 Monde, qui édite le service *TV5 Monde Plus Afrique*, propose la mise en place d'une dérogation en faveur des services investis d'une mission de service public qui ne leur permet pas de remplir l'un ou l'autre des quotas, comme le permet selon eux l'article 13 de la directive Services de Médias Audiovisuels. L'éditeur Kaze, spécialisé dans l'animation japonaise, après avoir évoqué l'ensemble des solutions identifiées, préconise un engagement à consacrer une part minimale de leur chiffre d'affaires à des prestataires français ou européens (doublage, sous-titrage, adaptations, travaux techniques).

Les autres contributeurs ayant répondu à cette question proposent un allègement des obligations d'exposition en contrepartie d'investissements accrus (ACCeS), ou le recours à des outils d'exposition, autres que la page d'accueil, pour promouvoir des œuvres françaises ou européennes (ARP).

TF1 déclare être opposé à toute mesure d'assouplissement en ce sens, de même pour Canal+.



**→ Le décret prévoit également l'exposition sur la page d'accueil des SMAD d'un volume significatif d'œuvres européennes et d'expression originale française. Si l'on considère que la page d'accueil ne représente que l'un des points d'entrée vers l'offre, il pourrait être envisagé de reconnaître d'autres modalités d'exposition des œuvres européennes et d'expression originale française. La consultation invitait les contributeurs à présenter des propositions dans ce sens (question n° 7).**

A l'exception de M6, une majorité de contributeurs est favorable à l'évolution évoquée.

Un nombre limité de propositions émerge des réponses à la consultation.

La proposition la plus fréquemment exprimée (ARP, USPA, Orange, BLOC) porte sur la mise en place de critères adaptés :

- création d'onglets thématiques valorisant les œuvres européennes ou d'expression originale française voire "d'émissions consacrées au cinéma d'œuvres " (ARP) ou navigation par origine (USPA),
- éditorialisation des œuvres au moyen de bandes-annonces (Orange),
- promotion des œuvres dans les outils de communication et de marketing de l'éditeur (USPA),
- recommandations de l'éditeur (BLOC).

France Télévisions propose à cet égard d'enrichir les métadonnées qui accompagnent les œuvres, de façon à faciliter les recherches thématiques. Orange précise qu'il considère que les diverses mesures portant sur l'exposition des œuvres devraient être alternatives et non cumulatives.

Ericsson propose la création par le CSA et les ayants-droits d'une plateforme consacrée à la valorisation des œuvres.

Plusieurs réponses jugent inefficace toute mesure liée à l'exposition des œuvres, dès lors que, selon eux, la consommation des utilisateurs de SMAD seraient indépendante du contenu de la page d'accueil, notamment parce que le recours à des moteurs de recherche conduit à afficher directement les pages du service sans passage par cette page (TF1, TV5, FFT).

**→ La consultation portait également sur l'opportunité d'introduire un nouveau mode de valorisation des œuvres européennes et d'expression originale française, en recourant au moteur de recommandation du SMAD qui intégrerait dans son algorithme un critère de nationalité et de langue permettant la valorisation des œuvres européennes et d'expression originale française (question n° 8).**

Près de la moitié des contributeurs ayant répondu à cette question, essentiellement des éditeurs (ACCeSs, Canal +, FFT, France Télévisions, M6, Orange, TF1, TV5) sont peu favorables à cette option qui, selon eux, enfreindrait la liberté éditoriale et la neutralité du moteur de recherche. Elle pourrait conduire les utilisateurs à se tourner vers d'autres outils.

L'autre moitié des réponses, émanant notamment d'organisations représentant la profession des producteurs ou des réalisateurs, de l'éditeur Arte et du fabricant Ericsson, est favorable à une telle mesure.

### 3- Les autres thèmes abordés par la consultation

→ **Les contributeurs étaient également invités à présenter leur analyse des effets des obligations prévues par le décret sur la consommation d'œuvres européennes et d'expression originale française (question n° 9).**

Peu de participants ont répondu à cette question.

M6 indique que les contenus (œuvres et les non-œuvres) d'origine française représentent 60 % de l'ensemble des vidéos visionnées sur son service de TVR (M6 Replay).

Selon Orange et France Télévisions, la mesure la plus à même de promouvoir les œuvres d'expression originale française ou européenne est l'obligation de présence de ces œuvres en catalogue.

L'ACCeS évoque une étude réalisée par le CNC, qui indique notamment que la fiction française réalise 45 % des meilleures audiences de TVR, sur les services des cinq groupes audiovisuels étudiés, et la fiction étrangère 13,3 %. Quant à la VàD, dont 72,8 % du chiffre d'affaires est réalisé par le cinéma, les films américains représentent 54,6 % du chiffre d'affaires du cinéma en VàD à l'acte contre 34,7 % pour les films français pour une offre constituée à 45,2 % de films américains et 27,4 % de films français.

L'ARP considère, quant à elle, que seule l'obligation d'exposition des œuvres a actuellement une incidence, dès lors que trop peu de SMAD franchissent encore le seuil financier (un chiffre d'affaires de 10 M€) déclenchant la contribution aux investissements dans la production.

Le BLOC juge les trois obligations du décret complémentaires et à ce titre également utiles.

→ **Les contributeurs étaient enfin invités à présenter les observations ou propositions qu'ils souhaitent voir prises en compte par le conseil dans le cadre de sa réflexion (question n° 10).**

De nombreux contributeurs (AcceS, BLOC, Canal+, France Télévisions, Free, Orange, SEVAD, TF1, TV5 Monde) évoquent le risque de distorsion de concurrence entre les SMAD établis en France et les autres, qui supportent une régulation et une fiscalité plus légère. Des SMAD seraient ainsi incités à élire leur domicile dans d'autres Etats membres de l'Union européenne. Cette distorsion limiterait les investissements des éditeurs nationaux, rendant leur offre moins attractive.

Le BLOC considère, à cet égard, que la loi française comporte des dispositions destinées à éviter les pratiques de contournement (décret du 17 décembre 2010), qui pourraient être renforcées dans le cadre d'une réflexion plus générale sur la régulation des services numériques. Canal + et l'ACCeS évoquent également un risque de distorsion intra-national entre les SMAD et les chaînes payantes

La question des offres illégales est également évoquée par certains comme un frein au développement des SMAD (BLOC, Kazé, M6, SACD, SEVAD, TF1).

**Plusieurs contributions proposent que soient mises en œuvre les propositions de la Mission Lescure dans le domaine des SMAD.** L'USPA évoque en particulier l'abaissement du seuil financier de déclenchement des obligations, la prise en compte au titre de SMAD des contenus professionnels diffusés par les plateformes d'hébergement et l'instauration d'une déclaration obligatoire et d'un conventionnement des SMAD. D'autres contributeurs (Roc, France Télévisions) ont souligné la nécessité selon eux de renforcer les modalités de recensement ou de déclaration des SMAD.

De même, Arte appelle de ses vœux la mise en œuvre de la proposition du rapport de la Mission Lescure en faveur d'une obligation de reprise (« must carry ») par les distributeurs des services non linéaires du service public, contrairement à la FFT qui est opposée à cette mesure. Free observe une stagnation de l'activité de la VàD en France, qui de ce fait ne prend pas encore le relais de la vidéo physique, et un essor de plateformes étrangères concurrentes. Il l'attribue aux contraintes excessives imposées par la régulation et propose son allègement, en évoquant les mesures préconisées par la Mission Lescure, qui selon lui vont dans le bon sens. Pour l'ARP, la difficulté majeure que rencontrent les SMAD a trait à la fiscalité et à la chronologie des médias et les propositions de la Mission Lescure sont susceptibles d'y apporter une réponse.

Par ailleurs, elle juge qu'il serait pertinent que les obligations de financement des SMAD comportent un pourcentage de préachat d'œuvres d'expression originale française. Pour la SCAM, les investissements dans les « webdocumentaires » doivent être également pris en compte. Le ROC propose des obligations spécifiques de production et d'exposition des courts métrages.

Orange souligne que les contributions financières des services de VàD sont proportionnelles aux œuvres consommées et ne peuvent donc garantir qu'une part du chiffre d'affaires soit consacrée à des investissements dans la production d'œuvres d'expression originale française ou européennes. La société propose d'étendre la nature des prestations prises en compte au titre des dépenses de promotion des œuvres.

France Télévisions décrit l'ensemble des freins structurels dont souffriraient les SMAD français : coûts d'exploitation technique, fiscalité élevée et concurrence des téléchargements illégaux. Il indique par ailleurs que les délais de mise à disposition d'un film en VàD par abonnement favorise les offres des services étrangers, dans un contexte où la VàD par abonnement connaîtrait un fort développement, comme aux Etats-Unis où elle supplante la VàD à l'acte. S'agissant de cette dernière, France Télévisions pressent l'arrivée en 2013 et 2014 de nouveaux concurrents extra-européens, au détriment de la création française et européenne.

Enfin, M6 évoque les difficultés pour les offres reprises par les distributeurs sur leur plateforme (ADSL, câble, satellite) de respecter les obligations du décret, en termes de création d'un espace de confiance regroupant les programmes « tous publics » et de fourniture des données statistiques.