

1. La convergence:

L'évolution rapide des nouvelles technologies, soutenue par les réseaux d'accès sur fibre optique à large bande entraîne un changement du secteur de la radiodiffusion et des médias électroniques dans lequel la notion de convergence tient une place centrale.

La convergence de l'informatique, des télécommunications et de la télévision permet à une même technologie, le numérique, d'être utilisée pour des usages multiples - télévision, téléphone, ordinateurs. Un même signal peut être émis à partir de plates-formes différentes. Ainsi, avec le développement du réseau Internet, les possibilités offertes aux opérateurs s'élargissent considérablement puisque la compression des données réduit la contrainte liée à la pénurie des ressources, et ce grâce à la numérisation des données, à la généralisation progressive des capacités à haut débit, et au développement de l'interactivité. Cette convergence permet de proposer au public de nouveaux services et une multiplication de l'offre.

D'un point de vue technologique, la convergence a changé les médias traditionnels et a donné naissance à de nouvelles formes et modes de communication. Elle se traduit par la perspective de *nouveaux services interactifs*, résultant naturellement du progrès des techniques et du jeu des marchés.

Dans ce contexte - et afin de favoriser l'émergence de nouvelles innovations, Belgacom estime qu'il convient de laisser ces marchés fonctionner sans entraves, grâce à une mécanique d'autorégulation, voire de co-régulation entre les opérateurs et les autorités publiques afin de favoriser des formes de gestion coopératives entre les acteurs.

2. Les nouveaux services de médias audiovisuels (SMA) :

L'utilisation de la technologie numérique a dans un premier temps, permis le développement du paiement à la séance, du guide électronique de programmes (EPG), et du commerce électronique.

A l'heure actuelle, la consolidation de la technologie numérique et de l'innovation continue à favoriser la multiplication et la personnalisation des offres de programme, en permettant aux utilisateurs de recourir par exemple à des technologies d'accès à distance afin de recevoir les

contenus de leur choix quand et où ils le souhaitent, y compris par des plates-formes de distribution alternatives – téléphonie mobile, ordinateurs de poche ou Internet.

Toutes ces innovations remettent en question le comportement du téléspectateur qui, de récepteur passif d'une information, devient acteur de la programmation des services audiovisuels. Cette intervention directe du téléspectateur notamment dans la programmation des émissions qu'il souhaite regarder, remet en cause la nécessité d'une intervention régulatoire préalable par une autorité de contrôle. Comme indiqué dans le paragraphe précédent, une mécanique d'autorégulation des marchés paraît être la plus adéquate dans un environnement en pleine évolution.

3. Les critères de régulation des nouveaux SMA :

La définition des «services de médias audiovisuels» est expliquée en détail dans les considérants 16 à 25 du préambule et dans l'Art. 1 (a) de la Directive européenne sur les services de médias audiovisuels (Directive SMA).

La Directive SMA définit les concepts de services de médias audiovisuels linéaires et non linéaires et leurs éléments caractéristiques. Cette définition a clairement une finalité réglementaire spécifique qui est d'assurer une sécurité juridique quant au champ d'application de la Directive. Ainsi, un certain nombre de médias traditionnels (radio, versions électroniques de journaux et magazines, cinéma, DVD) sont exclus de cette définition. Il en va de même de nouveaux cas limites qui, dans certaines circonstances seraient susceptibles d'être classés comme médias, par exemple les sites web privés, les blogs, les services qui fournissent ou diffusent des contenus audiovisuels créés par des utilisateurs privés à des fins de partage et d'échange au sein de communautés d'intérêt (You Tube, Daily Motion, etc).

Comme indiqué dans la Directive, les sept critères cumulatifs doivent impérativement être réunis pour qu'on puisse parler de service de média audiovisuel.

Question n°1 : D'autres critères pourraient-ils être utilisés pour déterminer « l'objet principal » d'un service hybride ?

Une extension du nombre de critères pour déterminer si un service peut être qualifié de nouveau média audiovisuel ne nous paraît pas opportune étant donné que les critères existants sont clairement définis et doivent être réunis cumulativement pour aboutir à la qualification adéquate. Proposer d'autres critères ne ferait que rajouter de la confusion à l'interprétation cumulative.

Dans cette perspective, il appartient aux opérateurs de faire une analyse a priori et au cas par cas des critères clairs et cumulatifs de la Directive, avec consultation éventuelle des Régulateurs en cas de doute. Belgacom souligne la nécessité d'avoir de la part des Régulateurs régionaux des recommandations cohérentes, sur l'ensemble du territoire belge (recommandations issues d'une concertation entre les autorités de régulation des trois Communautés, à savoir entre le CSA, le Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) et le Medienrat), afin d'assurer un contexte réglementaire clair et prévisible favorable à l'innovation des services pour tous les acteurs nationaux.

Question n°2 : De quelle manière la régulation devrait-elle s'appliquer au contenu hybride d'un SMA ?

La numérisation et la convergence changent potentiellement la donne. Internet, par exemple, est à la fois un nouveau média et une technologie avec laquelle tous les autres médias et modes de communication interagissent par la mise en place de liens analogiques ou numériques. Grâce à la numérisation, tous les médias sont transformables en médias convergents distribués sur des réseaux haut débit. Les anciens médias ne seront pas remplacés et ne disparaîtront pas sous une autre forme, comme une source de contenus disponible mais réémergeant sur l'internet et sur d'autres réseaux haut débit.

Sur cette base, nous pouvons répondre à la question n°2 : la transformation des services de médias traditionnels en médias numériques et convergents ayant une composante hybride, la régulation média devra s'appliquer uniquement sur les contenus audiovisuels desdits services. Les autres éléments ne relevant pas de la communication audiovisuelle ne devront quant à eux, pas être soumis au droit SMA.

Question n°3 (critère de la communication au public) visant les services destinés au public en général mais qui, dans les faits ne sont utilisés que par un public très restreint. Pour les services qui ne sont concrètement utilisés que par un nombre très peu élevé de personnes, Belgacom recommande d'utiliser la règle « de minimis » et d'exclure de la qualification de SMA les services accessibles sur internet qui n'ont pas recueilli au moins X visites (nombres de clics).

Enfin, la déclinaison d'un service audiovisuel sur différents récepteurs (gsm, tablettes etc) requiert un traitement cohérent de ce service dérivé par rapport au service originel, tenant compte du support sur lequel il est visionné (réseau mobile, internet,...), avec la particularité qui se rattache aux régulations respectives de ces supports (il ne convient pas de copier les méthodes de régulation audiovisuelles sur internet par exemple).

4. Une concurrence saine :

Afin de garantir aux opérateurs les conditions d'une concurrence équitable, il est impératif pour les autorités de régulation de tenir compte de l'existence de plus en plus marquée des acteurs dits 'Over the Top' (OTT, du type Google, Apple, Microsoft,...). Ceux-ci ont une position stratégique consistant à utiliser les structures installées par les opérateurs locaux pour leur fournir un service (principalement la diffusion par internet de flux média vidéo et audio) permettant à ces OTT d'utiliser les ressources classiques de l'internet (http, TCP...), via la mise en place d'un protocole supplémentaire.

Cette stratégie s'oppose aux opérateurs télécoms locaux qui ont mis en place et investi dans les infrastructures, et qui ont développé des services spécifiques (VOD, IPTV) avec des réseaux dédiés à la télévision.

L'OTT est également une opportunité pour de nouveaux fournisseurs de contenus (presse écrite, radios, chaînes de télévision...) de pouvoir lancer des services (BBC avec l'iPlayer, Netflix...).

Il est dès lors primordial que les opérateurs locaux ne fassent pas l'objet d'une régulation contraignante, qui serait discriminatoire par rapport à des OTT « étrangers » non soumis à la législation de la Communauté française de Belgique, de par leur localisation dans un autre pays d'origine.

CONCLUSION : Une régulation souple et égalitaire

Les nouveaux services de médias audiovisuels étant toujours dans une phase intermédiaire d'évolution où leurs usages et développements potentiels ne sont pas entièrement exploités, ils ne sont pas encore suffisamment matures pour avoir développé leur propre définition. Néanmoins, au plan conceptuel, cette évolution doit pouvoir se faire à différentes conditions :

- Un cadre réglementaire permettant de laisser fonctionner sans entraves le jeu des marchés grâce à une mécanique d'autorégulation, voire de co-régulation.
- Un contexte réglementaire souple favorable au développement des innovations, formulé sous forme de recommandation ou d'énoncé de principes généraux, d'objectifs à atteindre plutôt que des obligations directement opposables aux opérateurs.
- Une régulation audiovisuelle se développant en conformité et sans préjudice des développements technologiques des réseaux et de la législation y afférente (cadre réglementaire relatif aux réseaux de communications électroniques).
- Une définition et interprétation cohérentes des nouveaux services de médias audiovisuels dans le Nord et le Sud du pays.
- Une recommandation du CSA garantissant que les sept critères cumulatifs de la Directive doivent impérativement être réunis pour qu'on puisse parler de service de média audiovisuel, sans laisser de place à une interprétation aléatoire qui créerait un contexte d'insécurité juridique.

Des efforts supplémentaires sont nécessaires pour développer des principes appropriés en cohérence avec la Directive SMA qui elle-même prône l'utilité de recourir aux modes de régulation alternatifs assurant une régulation flexible et plus rapide tenant compte de l'évolution du marché. La Directive SMA souligne la nécessité d'une approche adaptée aux nouveaux services, afin de leur donner « la possibilité de croître dans un contexte caractérisé par une régulation minimale ». En d'autres termes, les États membres sont appelés à limiter les contraintes juridiques susceptibles d'être imposées aux nouveaux services audiovisuels. Cette marge de manoeuvre doit permettre d'encourager le développement de nouveaux services audiovisuels innovants, dans un contexte de dialogue entre les autorités et Belgacom, tel qu'il a pu s'instaurer au jour d'aujourd'hui.

