

INADI S.A. – COBELFRA S.A.

**CONSULTATION PUBLIQUE SUR LE PERIMETRE DE LA
REGULATION DES SERVICES DE MEDIAS AUDIOVISUELS**

30 septembre 2011

Il vous plaira de trouver ci-dessous les réponses aux questions posées dans la consultation publique sur le périmètre de la régulation des services de médias audiovisuels.

Les questions sont présentées selon l'ordre de la consultation.

1. Critère de l'« objet principal »

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

En gardant à l'esprit que chaque cas doit être analysé spécifiquement sur la base des contenus d'un service indépendamment de la qualité de son éditeur, les critères cumulatifs suivants peuvent être affinés moyennant l'interprétation suivante :

1. La proportion prédominante en volume du contenu audiovisuel par rapport aux autres contenus

Pour être pertinente, la prééminence d'un contenu par rapport à un autre doit être flagrante

2. La mise en valeur prééminente du contenu audiovisuel par rapport aux autres contenus

Les contenus audiovisuels d'un service pourraient être mis en valeur par un éditeur (référence promotionnelle, orientation de l'internaute vers ces contenus, etc.) sans pour autant l'être de manière prééminente par rapport à la mise en valeur des autres contenus sur ce site par l'éditeur. Dans ce cas la mise en valeur ne peut être retenue comme un critère pertinent pour déterminer les contenus audiovisuels comme objet principal d'un service hybride.

3. La finalité première du service doit être de donner accès aux contenus audiovisuels

Déterminer quels contenus semblent principalement attirer le public est non pertinent dans l'analyse de ce critère qui doit se fonder avant tout sur la finalité poursuivie par l'éditeur.

Question 2 : Pour la manière dont les services hybrides doivent être régulés, le Collège distingue deux options possibles. Laquelle de ces options vous semble-t-elle la plus opportune ?

« Au cas où un service au contenu hybride est qualifié de SMA, la régulation s'appliquera ... :

- *Option 1 :* ... sur tous les contenus du service. En effet, dès lors qu'il admet qu'un SMA ne doit comporter des contenus audiovisuels qu'à titre principal (et donc pas à titre exclusif), le décret admet que des contenus non audiovisuels en fassent partie. Aussi, comme les règles du décret sont conçues pour les SMA dans leur globalité et pas seulement pour leurs contenus audiovisuels, elles doivent s'appliquer à tout le SMA, moyennant bien entendu les adaptations nécessaires aux spécificités de certains contenus. En outre, la régulation de la totalité du service hybride est le seul moyen d'assurer à son public une protection similaire à celle à laquelle il peut s'attendre face à un service de la même catégorie²⁹ qui serait exclusivement audiovisuel. Pour les services exclusivement audiovisuels, c'est en l'effet tout l'écran qui est régulé, et la protection de l'utilisateur d'un service hybride ne serait pas équivalente si seule une partie de l'écran était contrôlée.

- *Option 2 :* ... sur les contenus audiovisuels du service ainsi que sur les contenus non audiovisuels qui en sont l'accessoire direct, tels les sous-titres et les guides électroniques de programmes, ainsi que les contenus destinés à illustrer un contenu audiovisuel (par exemple les résumés, commentaires du public, etc.). »

L'option 2 est retenue en précisant cependant que la régulation doit s'appliquer au seul contenu audiovisuel et non à ses accessoires non audiovisuels déjà régulés par l'éditeur du service en ce qui concerne INADI S.A. et COBELFRA S.A.

2. Critère de la « communication au public »

Question 3 : Pour les services qui, dans l'intention de l'éditeur, sont destinés au public en général mais qui, dans les faits, ne sont concrètement utilisés que par un public très restreint, le Collège envisage les deux options suivantes. Laquelle vous semble-t-elle la plus opportune ?

- *Option 1* : ajout, à la fin du premier paragraphe du point b), de la phrase suivante.

« Le fait qu'un service ne soit, concrètement, utilisé que par un nombre très peu élevé de personnes n'a pas d'influence sur sa qualification de SMA ».

- *Option 2* : ajout, à la fin du point b), du paragraphe suivant :

« Par exception, les services qui, bien que destinés, par leur éditeur, au public en général, ne sont, toutefois concrètement utilisés que par un nombre très peu élevé de personnes ne seront pas considérés comme des services répondant au critère de la 'communication au public' car ils ne peuvent être considérés comme des médias de masse susceptibles d'avoir un impact manifeste sur la population. Seront ainsi exclus de la qualification de SMA :

- *Option 2.1* : les services qui ne peuvent pas être reçus par plus de x utilisateurs simultanément
- *Option 2.2* : les services accessibles sur Internet qui n'ont pas recueilli au moins x visites (nombre de clics) »

Pour information, l'Allemagne et la Suisse ont, dans leur législation, instauré une règle *de minimis* telle que prévue dans l'option 2. Toutes deux ont choisi un seuil fondé sur le nombre d'accès potentiels simultanés. Le seuil est fixé à 500 accès simultanés en Allemagne et à 1.000 en Suisse.

Dans l'hypothèse où il serait opportun de se pencher sur les cas de figure où l'intention première de l'éditeur passe en second plan au regard des rapports de fréquentation du service, l'option 2. serait à retenir car elle se fonde sur des éléments objectifs et chiffrables.

3. Critère de la transmission « par des réseaux de communication électroniques »

Question 4 : La multiplication des modes de transmission possibles entraîne aujourd'hui le développement de médias « multiplateformes » présentant des déclinaisons différentes selon qu'ils sont reçus sur un récepteur traditionnel, un ordinateur, un téléphone mobile, une tablette, etc.

Dans certains cas, les différentes déclinaisons du média constituent incontestablement des services distincts. Par exemple, les services de catch-up édités par les éditeurs de services linéaires constituent nécessairement un service distinct du service originel puisqu'ils sont, eux, non linéaires.

En cas de services distincts, les obligations de l'éditeur sont assez claires. Sur le fond, il doit, pour chaque service pris isolément, respecter toutes les règles du décret. Quant à la forme, ses obligations administratives sont également précisées :

- En matière de déclaration, l'éditeur doit déclarer chaque service de manière distincte puisque les articles 38 (services télévisuels) et 59 (services sonores) du décret imposent que les éditeurs effectuent une déclaration pour chacun des services qu'ils entendent éditer.

- En matière de rapport annuel, la situation diffère selon qu'il s'agit de services télévisuels ou sonores. Pour les services télévisuels, l'article 40 du décret permet de remettre un rapport annuel unique pour tous les services pour autant que certains éléments d'information soient fournis service par service. Pour les services sonores, il résulte de l'article 58 du décret que, pour les services devant faire l'objet d'une autorisation, un rapport distinct doit être rendu pour chaque service. Pour les services devant simplement être déclarés, en revanche, l'article 62 n'impose pas de rapports distincts.

Dans d'autres cas, cependant, il est difficile de déterminer si deux déclinaisons d'un même média constituent ou non un service distinct. Par exemple, les différentes applications d'un média créées pour les téléphones mobiles et les tablettes doivent-elles être considérées comme distinctes entre elles ou encore distinctes de la déclinaison Internet du média, sachant qu'il arrive que certains éditeurs créent des contenus ad hoc (par ex. un reportage par une chaîne d'information) destiné uniquement aux tablettes tactiles.

La réponse à cette question est susceptible d'avoir un impact non seulement sur les obligations administratives de l'éditeur (déclarations et rapports annuels) mais aussi sur ses obligations de fond (par exemple, les quotas à respecter seront calculés différemment selon que deux déclinaisons de son média sont considérées ou non comme des services distincts).

Dans un but de simplification administrative tant pour les éditeurs que pour le régulateur, le CSA souhaiterait connaître l'avis des parties intéressées sur ce qu'elles estimeraient être la meilleure manière d'appréhender les différentes déclinaisons des médias : de manière distincte ou non ?

La simplification administrative impose une approche coordonnée à la lumière de ce que nous faisons déjà pour COBELFRA et Radio Contact Vision dont le rapport renvoie vers celui du service sonore.

*

* *

Question 5 : Outre les quatre premières questions, avez-vous des remarques, suggestions, commentaires à formuler au sujet de la définition et de la régulation des services de medias audiovisuels, notamment pour les web TV's et les web radios ? Tous les commentaires sont les bienvenus.

A ce stade, les web radios sont déjà soumises à une déclaration et à un contrôle du CSA.

Question 6 : De façon générale, avez-vous des suggestions à formuler, à l'attention du législateur, afin que le cadre décretaal évolue ? Ces suggestions peuvent concerner tant la définition de la notion de SMA que les règles applicables aux SMA en général ou à certaines catégories de SMA.

/