

Collège d'autorisation et de contrôle

Recommandation relative à la mise en valeur des œuvres européennes et de la Communauté française de Belgique dans les services de vidéo à la demande

1. Introduction

La contribution de l'audiovisuel à la promotion de la culture européenne et à la diversité de ses expressions a sous-tendu la politique audiovisuelle européenne dès l'adoption de la première directive « TSF ». Elle s'est traduite dans ce premier temps de la télévision traditionnelle linéaire par l'adoption de mesures de quotas, sous la forme d'une proportion du temps de diffusion dédié aux œuvres européennes, indépendantes et récentes.

La nouvelle directive européenne relative aux services de médias audiovisuels a introduit dans le champ de la régulation les services « non linéaires » plus généralement dénommés services « à la demande ». La politique européenne précitée a dès lors embrassé cette large palette de services nouveaux dans l'objectif de promotion des œuvres européennes tout en laissant le choix aux Etats membre des moyens les plus appropriés pour le rencontrer.

La Communauté française de Belgique s'est toujours montrée particulièrement volontariste en cette matière. Depuis plusieurs années, ces mécanismes de quotas se sont inscrits dans une politique plus large de défense de la diversité culturelle, de promotion du patrimoine européen, de circulation des œuvres et de stimulation de la créativité locale.

Transposant la directive SMA, le législateur de la Communauté française a privilégié les mesures de mise en valeur et de mise en évidence des œuvres européennes dans les services à la demande. Dans le même temps, il a invité le CSA à procéder au contrôle du respect de cette disposition de manière annuelle, ainsi qu'à l'évaluation de son application et de son impact à moyen terme.

En vue de déterminer un cadre prévisible et concerté, le Collège d'autorisation et de contrôle a souhaité préciser par la présente recommandation la manière dont il entend évaluer la mise en œuvre de cet objectif de promotion des œuvres européennes et de la Communauté française dans les services non linéaires.

2. Le cadre de référence dans l'Union européenne et en Communauté française

2.1. Le cadre européen : la directive SMA

Principes de promotion

(Directive SMA, article 3 decies)

Les États membres veillent à ce que les sma à la demande (...) 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 ».

(Directive SMA, considérant 48, extrait)

... Ce soutien aux œuvres européennes pourrait par exemple prendre la forme de ...la présentation attrayante des œuvres européennes dans les guides électroniques des programmes.

Rapport et évaluation

(Directive SMA, article 3 decies (suite))

(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) PM: rapport de la COM au PE ... en tenant compte des évolutions commerciales et technologiques, et de l'objectif de diversité culturelle.»

(Directive SMA, considérant 48 suite)

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 réalisés en application de la présente directive,

Les EM 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.

2.2. En Communauté française de Belgique : le décret coordonné sur les SMA

Principes de promotion

(Décret SMA coordonné, article 46)

La RTBF et les éditeurs de services doivent dans leurs services télévisuels non linéaires assurer une mise en valeur particulière des œuvres européennes comprises dans leur catalogue, en ce compris des œuvres originales d'auteurs relevant de la Communauté française, en mettant en évidence, par une présentation attrayante, la liste des œuvres européennes disponibles.

(Décret SMA coordonné, commentaire de l'article 46)

Cette mise en valeur sera assurée par un renforcement de la visibilité des œuvres européennes disponibles dans le catalogue de l'éditeur, en recourant à toutes les techniques possibles de promotion, sous la forme par exemple :

- d'encarts publicitaires sur la page d'accueil du guide électronique des programmes de l'éditeur et de son site internet, faisant référence aux œuvres européennes disponibles dans son catalogue;
- de la création d'une catégorie spéciale dans son catalogue électronique, dédiée spécifiquement aux œuvres européennes;
- de références, dans des articles de fond de ses magazines ou folders envoyés à ses clients, aux œuvres européennes disponibles dans son catalogue, et consacrés par exemple à des acteurs/réalisateurs européens ou à des événements spécifiques promouvant les œuvres

européennes (comme par exemple les Festivals de films européens tels que ceux de Namur, Liège, Cannes, Berlin, Venise, etc).

- de références à des œuvres européennes disponibles dans son catalogue dans ses émissions d'annonces de programmes non linéaires.

Rapport et évaluation

(Décret SMA coordonné, article 40)

La RTBF et les éditeurs de services télévisuels doivent présenter au Collège d'autorisation et de contrôle un rapport annuel (...) relatifs au respect, (...) des obligations prévues aux articles (...) 46. (...)

(Décret SMA coordonné, article 136)

§ 1er. Le Collège d'autorisation et de contrôle a notamment pour mission ...(...) 7° de rendre un avis sur la réalisation des obligations visées aux articles 41, 43, 44 et 46;

§3. Pour les avis visés aux 5°, 6°, 7°, 8° et 9° du § 1er, le Collège rend un avis d'initiative au moins une fois par an

(Décret SMA coordonné, commentaire de l'article 46 (extrait))

Toutefois, afin d'apprécier l'efficacité de cette disposition, il conviendra d'évaluer son application et son impact à moyen terme. A cet égard, le résultat du contrôle qu'effectuera le CSA dans le cadre de ses compétences sur cette disposition sera déterminant dans l'évaluation.

Le panorama du cadre légal de référence témoigne de l'orientation adoptée par le législateur de la Communauté française.

D'une part, il fait choix de mettre en œuvre deux des trois principales mesures proposées dans la directive et son considérant : d'un côté, la contribution des services à la demande à la production d'œuvres européennes est retenue dans le dispositif général applicable à l'ensemble des services télévisuels ; de l'autre, la mise en valeur des œuvres est retenue par la mise en évidence, par une présentation attrayante, de la liste de ces œuvres. Par contre, il ne retient pas l'idée de réserver une proportion spécifique des catalogues aux œuvres européennes, et s'en explique dans le commentaire de l'article : meilleur efficacité d'attirer l'attention du spectateur sur les œuvres que d'en assurer simplement une présence importante dans le catalogue ; risque de brider l'innovation et les opportunités en contraignant à la présence d'un volume systématiquement proportionnel d'œuvres européennes. Choix est donc fait en définitive de privilégier le renforcement de la visibilité des œuvres présentes dans le catalogue, en recourant à toutes les techniques possibles de promotion.

D'autre part, et ce avec la directive, le législateur attire particulièrement l'attention quant à l'évaluation à réaliser sur l'application et l'impact de cette disposition, dont il confie la tâche au CSA.

3. Principes et périmètre de l'évaluation

L'évaluation devra tenir compte des caractéristiques économiques de l'activité concernée et notamment du fait qu'il n'existe pas de demande préexistante pour les œuvres cinématographiques et audiovisuelles. Contrairement à la plupart des objets économiques, la demande de telles œuvres doit

être suscitée pour qu'ensuite l'utilisateur procède à un choix, par comparaison, entre différentes œuvres qui l'intéressent.

La mise en valeur des œuvres européennes implique dès lors pour les éditeurs de services non linéaires une démarche active sur un double plan : ils partagent avec les producteurs, les auteurs et les distributeurs la responsabilité de susciter la demande; ils portent également, lorsque la demande a été créée, la responsabilité – exclusive – de la « mise en situation » de l'œuvre dans le cadre de leur offre au public.

La première étape consiste à susciter la demande. Ceci suppose que le contenu du film « parle » à son public et que l'existence du film soit portée à la connaissance du public. La responsabilité du contenu incombe au producteur, au réalisateur et au scénariste du film tandis que la responsabilité de la communication et de la promotion incombe en général au distributeur du film dans le cadre de l'exploitation en salle. Une partie de la responsabilité relative à la promotion auprès du public est transférée aux éditeurs de services pour ce qui concerne les services à la demande.

Dans le cadre de cette première étape, la mise en valeur de la production européenne suppose dans le chef des éditeurs de services non linéaires une stratégie de communication et de promotion qui soit quantitativement et qualitativement adaptée à l'objectif poursuivi : permettre au film de rencontrer son public en tenant compte des spécificités du film, du public visé et du mode d'exploitation.

La seconde étape consiste dans la « mise en situation » de l'œuvre qui a suscité l'intérêt du public, lorsque le consommateur – intéressé par plusieurs œuvres – se trouve devant un choix comparatif.

Lors de cette deuxième étape, la mise en valeur des œuvres européennes ne se limite pas à la communication ou à une présentation « attrayante » déjà mise en place dans le cadre de la première étape mais se réalise au plan des conditions d'exploitation. Elle se traduit notamment par la place des œuvres européennes dans l'offre globale de l'éditeur et, pour chaque œuvre, par les dates d'entrée et de sortie du catalogue, la date de début de la campagne de communication, la durée et la qualité de celle-ci.

3.1. Un angle double d'évaluation

Le commentaire de l'article 46 du décret coordonné prévoit que « afin d'apprécier l'efficacité de cette disposition, il conviendra d'évaluer son application et son impact à moyen terme. A cet égard, le résultat du contrôle qu'effectuera le CSA dans le cadre de ses compétences sur cette disposition sera déterminant dans l'évaluation. »

Le CSA constate qu'il importe dès lors d'évaluer l'objectif de promotion des œuvres européennes et de la Communauté française sous les deux angles énoncés :

- d'une part, l'application de la disposition par les éditeurs de services non linéaires : les éditeurs ont-ils pris des mesures de promotion et si oui, lesquelles ?
- d'autre part, l'impact de la disposition: quels sont les effets des mesures de promotion des œuvres européennes ?

3.2. Les services concernés

Compétence matérielle

Conformément à l'article 1^{er}, 48° du décret SMA, les services entrant dans le champ de la régulation audiovisuelle, et concernés donc par la promotion des œuvres européennes sont les services qui

réunissent cumulativement les critères suivants : service / responsabilité éditoriale (sélection et organisation) / caractère audiovisuel principal / destiné au public en général / transmission par un réseau électronique / but d'informer ou divertir ou éduquer ou communication commerciale / caractère audiovisuel

Compétence territoriale

Conformément à l'article 2 du décret SMA, les services entrant dans le champ de la régulation audiovisuelle sont les services dont l'éditeur peut être géographiquement rattaché à la juridiction de la Communauté française, en ce que son établissement réunit deux des trois critères suivants : siège social, lieu des décisions éditoriales, lieu où opère une partie importante des effectifs employés.¹

Plateformes ouvertes et plateformes fermées

En Communauté française de Belgique, les services à la demande actuellement déclarés auprès du CSA sont les services disponibles sur les plates-formes fermées de BelgacomTV et de VOO, sur lesquelles sont traditionnellement distribués les services linéaires de télévision.

Des services de média audiovisuel à la demande se déploient ou sont susceptibles de se déployer au départ d'autres plates-formes sur Internet ou reçus sur des équipements de réception variés : PC, smartphone, console de jeux, ...

Dans le prolongement du décret de 2003 sur la radiodiffusion, le décret SMA a consacré le principe de neutralité technologique. La régulation des services s'applique quelle que soit la plate-forme de diffusion. En matière de mise en valeur des œuvres européennes, les objectifs à rencontrer sont communs.

Diversité des services à la demande : vidéo à la demande, télévision de rattrapage, service de partage vidéo, ...

Conformément à l'article 1^{er}, 50° du décret SMA, le service non linéaire est : « *un service de médias audiovisuels dont les programmes sont destinés à être reçus à la demande et au moment choisi par l'utilisateur, sur la base d'un catalogue de programmes établi par un éditeur de services de médias audiovisuels* ».

Au-delà de la nature de la plate-forme évoquée ci-dessus, l'évolution constante des formes de services à la demande peut potentiellement brouiller la détermination des services concernés.

Les services de vidéo à la demande en tant que services *proposant la location ou la vente de « programmes de stock » (en particulier des films de cinéma)²*, sont les services prioritairement concernés.

Les services de télévision de rattrapage (« Catch up TV ») sont pour l'essentiels ceux *permettant à l'utilisateur de visionner les programmes diffusés par une chaîne de télévision après leur diffusion et même, dans quelques cas, en avant-première³*. Si on y trouve des programmes tels que les journaux d'information destinés à être « rattrapé », ils hébergent aussi d'autres catégories de programmes de type télévisuel qui restent pertinentes à la promotion des œuvres européennes (reportages,

¹ Pour une liste exhaustive des critères de détermination de la compétence territoriale, cf. décret SMA art 2.

² Observatoire européen de l'audiovisuel et Direction du Développement des Médias : « Vidéo à la demande et télévision de rattrapage en Europe », octobre 2009.

³ Idem.

programmes culturels, etc). En outre, leur offre évolue progressivement vers des programmes premium, tels que les séries TV et les fictions coproduites par l'éditeur.

Dans son considérant 20, on notera que la directive prévoit que « 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 ». Ce considérant ne trouve toutefois aucun écho dans le décret transposé, ni dans le commentaire de ses articles, qui ne propose dès lors pas d'écarter a priori ce type de service des objectifs énoncés. On évoquera aussi les services de partage vidéo pour constater :

- qu'en tant que « sites générés par les utilisateurs », ils ne répondent la plupart du temps pas au critère de l'exercice d'une responsabilité éditoriale d'un éditeur ;
- que dans des développements plus récents, ils proposent des contenus à caractère professionnel, et créent des « chaînes » où s'exercent néanmoins une sélection et une organisation d'un catalogue, pour une partie de l'offre.

Il résulte de cette évolution constante de services à la demande que, si les services de vidéo à la demande comportant essentiellement les catalogues de films entrent prioritairement dans le périmètre des services concernés par les mesures de promotion préconisées, il importe de rester attentif à l'objectif final de promotion des œuvres européennes en prenant en considération les différents type de services en déploiement, sans en écarter l'un ou l'autre

3.3. Les programmes concernés

L'œuvre européenne dont il convient d'assurer la promotion est définie à l'article 1^{er} 26° du décret SMA par son origine, en ce qu'il s'agit d'une œuvre originaire d'un Etat membre de l'UE, réalisée essentiellement avec le concours d'auteurs et de travailleurs résidants dans ces états, et dont le ou les producteurs réunissent différents critères d'établissement.

A la différence de la définition de l'œuvre audiovisuelle (art 1^{er} 23° décret SMA) qui renvoie aux œuvres de fiction ou documentaire, la définition de l'œuvre européenne (art 1^{er} 26°) ne renvoie pas à des catégories de programmes particuliers. On notera cependant que, s'agissant des services de télévision linéaires, l'article 44 du décret prévoit qu'en ce qui concerne l'obligation de quotas, cette proportion d'œuvres européennes est évaluée en excluant les programmes d'informations, les manifestations sportives, les jeux, la publicité, l'autopromotion et le télé-achat.

Dans la mesure où la directive SMA justifie la régulation des services VOD en la matière (considérant 48) par le fait qu'ils pourraient remplacer en partie la radiodiffusion télévisuelle, une certaine cohérence justifierait de se référer à cette même assiette de programmes de référence. Cependant, rien dans les commentaires du décret ne le prévoit formellement, laissant une certaine marge d'appréciation évolutive.

Une montée en charge de l'objectif assigné, en référence aux notions en vigueur dans les dispositions décrétales de promotion des œuvres, fonde le recours à une approche en deux volets :

- pour les œuvres audiovisuelles au sens de l'article 1^{er} 23° du décret, soit les œuvres de fiction cinématographique et télévisuelle et les œuvres documentaires ;
- pour les autres programmes considérés plus largement dans les programmes éligibles aux œuvres européennes : soit l'ensemble des programmes à l'exception des informations, manifestations sportives, jeux, publicités, autopromotions et télé-achats : on y retrouverait notamment les clips musicaux, les reportages, etc.

Enfin, les catalogues VOD contiennent de nombreux films pour adultes. Le recours généralement restreint de ces productions à la créativité audiovisuelle autant qu'à sa finalité ne paraît pas devoir retenir l'intérêt quant à la promotion des œuvres européennes ou de la Communauté française dans ce genre audiovisuel. Ceux-ci peuvent être dès lors exclus.

Le décret SMA invite le CSA à procéder au contrôle du respect de cette disposition en vue de l'évaluation d'une part de son application et d'autre part de son impact à moyen terme.

S'agissant du périmètre de l'évaluation, le CSA retient les caractéristiques suivantes :

- les services sont ceux répondant aux critères de la compétence matérielle d'un service de média audiovisuel et aux critères de la compétence territoriale de la Communauté française de Belgique
- les services sont susceptibles d'être distribués tant sur une plate-forme fermée (câble, IPTV) que sur une plate-forme ouverte ;
- les services de vidéo à la demande constituent les vecteurs principaux des œuvres. Cependant les services de télévision de rattrapage et de manière plus marginale, les services de partage vidéo, présentent également de telles œuvres. Le nature évolutive des services à la demande conduit à n'en exclure aucun, a priori ;
- Les œuvres de fiction cinématographique et télévisuelle et les œuvres documentaires sont généralement considérées comme les vecteurs audiovisuels essentiels des politiques culturelles nationales et européennes. Toutefois, à l'image de la politique de quota appliquée aux services linéaires, et de manière progressive, d'autres catégories de programmes peuvent être pris en considération. Enfin, les programmes pour adulte ne sont pas susceptibles d'entrer dans ce périmètre.

4. **Evaluation de l'application de mesures assurant la mise en valeur des œuvres européennes et de la Communauté française**

L'évaluation de l'objectif de promotion des œuvres européennes et de la Communauté française est dans un premier volet énoncée comme portant sur l'application de la disposition par les éditeurs de services non linéaires.

En ce sens, l'évaluation du CSA portera d'abord sur l'existence et l'intensité des mesures de « *mise en valeur particulière des œuvres européennes comprises dans leur catalogue, en ce compris des œuvres originales d'auteurs relevant de la Communauté française, en mettant en évidence, par une présentation attrayante, la liste des œuvres européennes disponibles* »

Les exemples présentés par le commentaire des articles montrent qu'au delà d'une liste, il est bien question de mettre en évidence les œuvres elles-mêmes.

Comme en atteste la liste d'exemples énoncés dans le commentaire des articles, la « mise en évidence par une présentation attrayante » des œuvres se réfère tant à l'interface de navigation qu'aux supports promotionnels et éditoriaux de l'éditeur.

- **Dans l'interface de consultation**

Les modalités d'accès aux oeuvres à travers l'interface de consultation peuvent considérablement influencer sur la visibilité des œuvres. En effet, l'interface de consultation est véritablement le « carrefour » au départ duquel l'utilisateur va faire le choix de prendre telle ou telle orientation

Ces modalités d'accès pourraient contribuer à la mise en évidence par une présentation attrayante dans les formes suivantes :

- L'accès à des onglets de type « film européen », « film de la Communauté française » si – et seulement si - cet onglet n'est pas exclusif, c'est à dire, pour autant que la codification dans les offres VOD soit « multicritère » (les films se retrouvent à la fois dans « UE » ou « CFB » et dans « comédies » ou « films à voir » etc.).
Un tel accès pourrait contribuer à guider l'utilisateur en recherche ciblée d'œuvres CFB ou européennes. Pour éviter un possible effet de « ghettoïsation », la présence de ces films dans d'autres onglets permettra à l'utilisateur d'y aboutir par hasard, sans l'avoir cherché, voire même de prévenir une certaine forme de préjugés. Par ailleurs, l'identification de l'origine des œuvres (UE, CFB) dans leurs données de documentation constituerait également une information utile.
- Une présence substantielle de ces œuvres dans les onglets du type « nouveautés », « dernière chance », « grands classiques », coups de cœur », etc. Il est important qu'à leur tour, ces films CFB et UE soient valablement mis en évidence dans de telles sections, qui souvent guident l'utilisateur.
- Une présence substantielle de ces œuvres dans les sections bénéficiant d'une tarification préférentielle, voire de cadeaux aux utilisateurs, tout en veillant dans sa forme à ne pas dévaloriser le film.

- **Dans les supports promotionnels et éditoriaux de l'éditeur :**

Selon le législateur, la communication éditoriale et promotionnelle du service VOD constitue également un puissant levier de la visibilité des œuvres UE et de la CFB.

Les mesures éditoriales consistent en des références aux œuvres / événements / équipes de production – artistiques – techniques, dans les contenus des magazines, émissions spéciales des chaînes d'autopromotion, etc. Les mesures promotionnelles recouvrent quant à elles les références aux œuvres dans la communication commerciale des services VOD.

La communication autour des œuvres UE/CFB contribuerait à cette mise en évidence par une présentation attrayante, en agissant également sur la durée, l'intensité, le format de la communication.

- **Les supports propres du service sont principalement concernés**

- interface de consultation (bandeaux)
- Chaîne d'autopromotion
- Site internet
- Magazine à destination du client

5. Evaluation de l'impact des mesures assurant la mise en valeur des œuvres européennes et de la Communauté française

L'évaluation de l'objectif de promotion des œuvres européennes et de la Communauté française est dans un second volet énoncée comme portant sur l'impact des mesures de promotion.

Un critère central d'évaluation de l'impact est celui de la consommation des œuvres UE et CFB dans les offres VOD. Considérant leur caractère stratégique, le CSA se devra d'en assurer la confidentialité.

Il peut être lui même subdivisé entre :

- La consommation générale des œuvres UE / CFB permettant de mesurer l'impact global des mesures ;
- La consommation respective de chaque œuvre UE/CFB, permettant d'évaluer l'impact spécifique de la promotion organisée autour de telle ou telle œuvre.

En première analyse, il paraît assez complexe d'isoler l'impact éventuel d'une mesure en termes de consommation au sein d'une seule et même offre. Il devrait être par contre instructif de comparer pour un même film, les stratégies de services VOD différents ou sur des marchés parallèles comme la location DVD ou la diffusion TV.

L'évaluation doit également s'attacher à distinguer l'effort de mise en valeur spécifiquement opéré par la plate-forme VOD, des démarches promotionnelles effectuées habituellement par les distributeurs de films au moment de leur sortie.

6. Autres paramètres susceptibles d'influer sur la mise en valeur des œuvres CFB / UE

La présente Recommandation a prioritairement pour but d'annoncer et d'éclairer l'évaluation des mesures mettant en valeur les œuvres CFB/UE telles qu'elles sont édictées par le nouveau décret SMA

En vue de sa préparation, le CSA a mené diverses consultations avec les parties intéressées, dont il apparaît qu'au delà de la présentation attrayante des œuvres, d'autres paramètres peuvent avoir une influence importante sur l'objectif recherché.

Le CSA a notamment identifié ce qui suit :

- conditions d'exploitation des œuvres dans l'offre VOD

Les circonstances de l'entrée en catalogue des œuvres peuvent considérablement influencer sur la visibilité des œuvres. En effet, les services de VOD, tout comme l'industrie cinématographique, sont des industries « de l'offre » qui obéissent à des règles particulières au plan de la concurrence et vis à vis desquelles il est important de prévenir la tentation de certains opérateurs dominants de s'assurer la maîtrise de l'offre. Les études réalisées à propos du marché du cinéma dans les années 90 ont mis en évidence une action concertée de certains distributeurs pour contrôler l'offre par le biais de ventes en bloc mais aussi par le biais du contrôle des dates de programmation.

Il s'agit donc de considérer dans quelle mesure les dates d'entrée en catalogue correspondent à des périodes favorables à la consommation des services VOD, et dans quelle mesure également ces dates n'engendrent pas régulièrement une concurrence frontale avec les blockbusters américains.

On notera toutefois que la nature des relations entre distributeurs de films et éditeurs témoigne dans nombre de cas d'une faible marge de manœuvre de l'éditeur sur ces questions. Les dates d'entrée en catalogue sont le plus souvent dépendantes de la date de sortie du film en salle vis à vis de laquelle les fenêtres de diffusion sont établies dans une chronologie prédéterminée, tant en ce qui concerne le début de l'exploitation VOD que sa fin parfois provisoire (dans l'attente de

l'extinction des différentes fenêtres télévisuelles). Dans cette perspective, certaines observations du CSA établies dans le cadre de son évaluation pourraient utilement nourrir la réflexion du législateur.

- méthode de composition du catalogue :

Dans le commentaire de l'article 46 du décret SMA, le législateur a écarté le principe d'une proportion majoritaire d'œuvres européennes ou de la Communauté française dans les catalogues des services VOD, qui constituait une des pistes retenues par la directive SMA

Si la présentation attrayante est un facteur déterminant de la mise en évidence des œuvres, elle renvoie assez directement l'utilisateur vers un catalogue. La manière dont le catalogue est constitué va fortement contribuer à l'objectif, notamment dans les aspects suivants :

- o La présence d'une offre substantielle d'œuvres UE et CFB dans le catalogue, voire alternativement, l'accueil sur les plates-formes de catalogues spécialisés dans ces œuvres ;
- o la diversité des œuvres UE et CFB en termes de catégories, genres, nationalités, équipes artistiques dans les catalogues généralistes et, alternativement, la composition de catalogues thématiques ;
- o La durée de la présence des œuvres UE et CFB dans l'offre, pour autant qu'elle relève d'un choix de l'éditeur ;
- o L'attention particulière pour les films de réalisateurs ou auxquels sont associés majoritairement des postes-clés artistiques ou techniques issus de la Communauté française ou de l'UE.
- o La présence à long terme d'œuvres UE et CFB à valeur patrimoniale, dans la mesure où les capacités techniques le permettent.

Ces mesures pourraient à leur tour contribuer – de manière complémentaire – à l'objectif plus général de promotion des œuvres européennes et participer à son évaluation en croisant les données de consommation avec les paramètres principaux suivants :

- o le moment de l'entrée en catalogue ;
- o l'entrée en catalogue des films qui sont mis en concurrence entre eux ;
- o la durée de présence dans l'offre ;

7. Données d'évaluation

En vue de procéder à l'évaluation, le CSA sollicite la coopération active des éditeurs de services VOD en vue de disposer des données nécessaires, dans l'intérêt de toutes les parties concernées.

Les données suivantes semblent indispensables à la rédaction d'un rapport pertinent, complet et constructif à l'intention du législateur afin que celui-ci puisse se prononcer en toutes connaissances de cause, sur le maintien ou l'aménagement du dispositif créé par le décret SMA.

En ce qui concerne la composition du catalogue :

- Titre de l'œuvre
- Genre de l'œuvre (film ciné, téléfilm, séries, docu, enfants, etc.)
- Pays d'origine et caractère européen ou non / caractère de la CFB ou non
- Année de production
- Producteur (CF ou non)

En ce qui concerne la promotion du catalogue :

- Présence de l'œuvre dans différents onglets génériques (nouveau, coups de cœur) ou thématiques (UE, CFB, festivals, comédie, action .. ;)
- Présence de l'œuvre dans une offre promotionnelle
- Présence de l'œuvre dans les supports promotionnels propres de l'éditeur : service d'autopromotion, site web, magazine, marketing

En ce qui concerne l'exploitation du catalogue :

- Nombre de commandes de chaque œuvre
- Date précise (jj/mm/aaaa) d'entrée et de sortie de l'œuvre dans le catalogue

8. Calendrier d'évaluation

L'évaluation proposée repose sur une approche progressive visant à considérer la montée en charge des services à la demande et à accompagner collégialement les efforts des éditeurs, tout en tenant compte des échéances assignées par la directive SMA :

- janvier 2011 : 1^{er} évaluation de la mise en place du dispositif de mise en valeur et de son monitoring interne ;
- septembre 2011 : 2^{ème} évaluation intermédiaire et approfondie des résultats concrets du dispositif, en vue du rapport à communiquer à la Commission le 19 décembre 2011 (cf. directive SMA) ;
- juin 2012 : évaluation globale du dispositif établi par le décret SMA, à communiquer au Gouvernement et au Parlement.

Fait à Bruxelles, le 24 juin 2010.