

Collège d'autorisation et de contrôle

Avis n°02/2011

Première évaluation de la Recommandation du 24 juin 2010 relative à la mise en valeur des œuvres européennes et de la Communauté française dans les services de vidéo à la demande – mars 2011

1. Objet de l'évaluation

La Recommandation du 24 juin 2010 relative à la mise en valeur des œuvres européennes et de la Communauté française dans les services de vidéo à la demande prévoit un processus d'évaluation fondé sur le calendrier suivant :

- janvier 2011 : 1^{ère} 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.

La présente évaluation porte sur l'existence et l'intensité des mesures mises en œuvre par les éditeurs de services à la demande pour mettre en valeur les œuvres européennes et de la Communauté française.

Cette première évaluation a pu être menée à bien grâce à la collaboration constructive des éditeurs. Elle témoigne par ailleurs des efforts mis en place par les éditeurs pour valoriser les œuvres européennes et de la Communauté française.

Le CSA propose que cette évaluation soit prolongée d'une rencontre avec les éditeurs de services en vue d'optimiser l'échange des informations et de continuer à construire de manière adéquate la régulation de services non linéaires en la matière.

2. Services et programmes considérés

La Recommandation a délimité comme suit le périmètre des services et programmes concernés par l'objectif de promotion des œuvres européennes :

- « 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. »

Dans le cadre d'une approche progressive des services concernés, la présente évaluation est centrée dans ce premier temps sur les services de vidéo à la demande proposant des œuvres de fiction par les éditeurs déclarés au CSA, soit le service « A la demande » de l'éditeur SiA (distribué sur la plate-forme Belgacom TV) et le « Catalogue VOO » de l'éditeur Be TV (distribué sur la plate-forme VOO).

3. Données rapportées par les services « A la demande » (SiA/Belgacom TV) et « Catalogue VOO » (Be TV/ VOO)

Les données requises par la Recommandation ont été sollicitées auprès des éditeurs. Elles sont de quatre ordres :

- les dispositifs de mise en valeur des films UE et CFB ;
- les procédures de gestion interne de mise en valeur des films UE et CFB ;
- les données d'identification des films présents dans l'offre à une date quelconque entre le 1^{er} décembre 2010 et le 15 janvier 2011 ;
- à titre indicatif en vue de la deuxième étape d'évaluation, une indication de la consommation (Top 50 des ventes).

3.1. « A la demande » (SiA/Belgacom TV)

Données concrètes de mise en valeur

Belgacom a mis en place des dispositifs spécifiques de promotion du cinéma européen :

- les onglets « Cinéma européen » et « Coproduction » ;
- des actions spéciales « Festival du film », y compris pour des festivals belges.

D'autres dispositifs prennent également en considération le cinéma européen :

- la séquence « Le coin des cinéphiles » met en exergue deux films européens sur les quatre présentés ;
- la séquence « Spéciale » a déjà été consacrée aux films français, à Mélanie Laurent, à Jamel Debbouze, etc.
- le « Top 20 » met en évidence certains films européens ;
- le « banner » de la plateforme VoD met parfois en évidence des films européens (dernièrement : « L'italien », « La tête en friche », « l'âge de raison ») ;
- le « magazine » dont certains articles concernent le cinéma européen ;
- les chaînes d'autopromotion qui mettent en valeur certains films européens.

L'éditeur a également développé un partenariat avec la société Muby – plateforme dédiée aux films d'auteur – dont le catalogue sera accessible via la plateforme Belgacom. Un partenariat avec Univerciné – dédié au cinéma indépendant européen – est en cours de développement.

L'éditeur communique également une estimation de la proportion de films européens dans son catalogue.

Procédures de gestion de la mise en valeur des films

L'éditeur signale que les informations disponibles sur le site Internet de Belgacom ne sont pas représentatives de l'ensemble du contenu de la plateforme Belgacom TV, le site étant général et non spécialisé sur le cinéma diffusé sur Belgacom TV.

Il rappelle par ailleurs que « *SiA est toujours en cours de développement d'un outil de monitoring appelé Media Asset Management (MAM) afin de faciliter l'encodage de tous les films (sous forme de beta digi) et de les catégoriser, ce qui permet de les classer plus facilement dans l'onglet « films européens »* ».

Il indique que « *SiA a instauré un comité éditorial interne qui procède à la sélection des films de la plate-forme, avec une attention toute particulière sur les films d'auteur et européen* ».

3.2. « Catalogue VOO » (Be TV/VOO)

Données concrètes de mise en valeur

VOO a mis en place des dispositifs spécifiques au cinéma européen et belge :

- les onglets « « Made in Belgium » et « Made in Europe » présents au sein de la rubrique « Coup de cœur » de la plateforme.

D'autres dispositifs prennent également en considération le cinéma européen :

- le mini site Internet entièrement dédié à la VoD en ligne depuis le 1^{er} février met en exergue des films européens tels que « Tamara Drew », « Les runaways », « Hors-la-loi », mais également des événements tels que « Les Magritte du cinéma » ;
- la newsletter VoD bimensuelle envoyée depuis un an aux abonnés qui le souhaitent présente 7 nouveautés, dont certains films européens ;
- la chaîne d'autopromotion contient entre autre une émission consacrée aux nouveautés, ainsi que des bandes annonces, etc. où sont également présentés des films européens ;
- l'action gratuité de Mars 2010 a mis en évidence des œuvres belges et européennes ;
- Certaines pages du magazine toute-boîte qui sera distribué dès avril 2011 seront consacrées à la VoD où pourront être mis en valeur des films européens et belges.

L'éditeur est également sur le point d'entériner un contrat cadre avec Univerciné pour accueillir au minimum 50 films indépendants en majorité belges et européens sur la plateforme VoD de VOO. Ces films feront l'objet d'une éditorialisation thématique.

Procédures de gestion de la mise en valeur des films

L'éditeur déclare que « *tous les développements actuels sont liés aux statistiques de commande quelque soient les visions ; Svod, Freevod ou Tvod* ».

4. Données compilées par le CSA

Depuis novembre 2009 (Belgacom) et juin 2010 (VOO), le CSA procède au monitoring des pratiques promotionnelles des œuvres présentes dans les services à la demande des éditeurs Belgacom et VOO.

Ce monitoring se consacre uniquement aux films bénéficiant d'une mise en valeur particulière dans les outils de promotion des deux éditeurs de service de VoD.

Les outils analysés pour établir ce monitoring sont les communications des éditeurs destinées à leurs abonnés, telles que les émissions d'informations sur les films présents et les différents onglets de mise en évidence des films, sur les sites Internet et les plateformes VoD (« films récents », « coups de cœur », « dernières chances », etc.), ainsi que les campagnes publicitaires sur des médias externes (spot télévisés, encarts dans la presse écrite).

Chaque mise en valeur d'un film est prise en compte. De ce fait, un même film mis en évidence plusieurs fois est recensé lors de chaque apparition. Le monitoring ne collationne donc pas un nombre de films, mais un **nombre d'occurrences promotionnelles**.

Les sites de Belgacom et VOO ont été modifiés durant le monitoring, ce qui se traduit par des irrégularités dans les résultats (en octobre et décembre pour Belgacom, en janvier et février pour VOO). De même, en août 2010, Belgacom a interrompu la publication papier de son magazine d'information bimestriel. Les données compilées par les services du CSA, dans le tableau spécifique, concernent une période de 10 mois, jusqu'au mois d'août 2010. Le magazine est ensuite devenu disponible en ligne sur le site de l'éditeur.

5. Evaluation des pratiques

La mise en valeur des films en général est une pratique particulièrement utilisée par les éditeurs pour attirer les téléspectateurs, dans l'espoir de les inciter à louer des films, et donc de promouvoir le service de VoD en lui-même.

On assiste dès lors à une multiplication des formes de mise en valeur des films de tous types par les différents éditeurs. Leur monitoring en est rendu de plus en plus complexe sans une aide circonstanciée des éditeurs.

De manière générale, on constate que chaque support a des atouts et des capacités propres de mise en valeur des œuvres, face aux différentes utilisations qu'en ont les abonnés. En effet, si l'interface de consultation, vu sa configuration technique, offre peu de possibilités de mise en valeur (sauf par le truchement d'un parcours conséquent dans les sous-menus), elle est le point de passage obligé par toutes les personnes souhaitant louer un film. En revanche, le site Internet et les supports éditoriaux permettent une promotion immédiate et diversifiée, sans que l'utilisateur ne doive y accéder volontairement, mais ne sont pas forcément consultés de manière systématique.

Actuellement, les **interfaces de consultation** des œuvres mettent principalement en valeur, de manière fortuite, le premier film de chaque catégorie (science-fiction, comédie, drame, etc.), vu la pléthore de films contenus dans chaque catégorie, en en présentant l'affiche. Ces films, organisés par ordre alphabétique, ne sont de ce fait pas spécifiquement européens ou de la Communauté française. Certains films bénéficient également d'une visibilité particulière sur les interfaces de consultation en y étant mis délibérément en évidence dans des encarts spécifiques.

Par ailleurs, des onglets non exclusifs, spécifiques aux films européens, sont présents sur certaines plates-formes, de même que des onglets dédiés au cinéma de la Communauté française. En revanche, la description des films ne fait pas apparaître leur pays d'origine.

En ce qui concerne les **sites Internet**, les films mis en évidence contiennent des films européens, mais pas une majorité, et quelques rares films de la Communauté française.

Par ailleurs, de **nouvelles techniques de mise en évidence** voient le jour actuellement. En plus de la présence d'onglets ou de présentations des nouveautés, des « dernières chances », des

« *prochainement* », des tops, du box office, des promotions, des « *coups de cœur* », certains éditeurs proposent notamment aux téléspectateurs une série de films en fonction de ce qu'ils ont loué précédemment. Par ailleurs, la description d'un film particulier mis en évidence donne la possibilité aux téléspectateurs de consulter la liste des films similaires selon certaines qualifications telles que le genre du film, son réalisateur, etc.

Les différents onglets promotionnels ne donnent généralement directement accès qu'aux films les plus vus par l'ensemble des téléspectateurs.

Fait à Bruxelles, le 24 mars 2011