**CSA - WebTV**

**Bilan transversal - Exercice 2017**

**Introduction**

En mars 2012, le Collège d’autorisation et de contrôle adoptait sa Recommandation relative au périmètre de la régulation sur les plateformes internet. L’importance du développement d’un secteur audiovisuel « connecté » dans le paysage de la FWB était rappelée en ces termes : « *La WebTV et la WebRadio, utilisables par le plus grand nombre et d’accès facile, offrent un mode d’expression démocratique par excellence et une occasion unique de développer l’initiative et le pluralisme[[1]](#footnote-2)*».

L’adoption de cette Recommandation donnait en outre l’occasion de débattre, dans le cadre de la consultation publique lancée par le CSA et des séminaires qui l’ont accompagnée, de l’application d’une régulation effective mais proportionnelle aux services *over-the-top*[[2]](#footnote-3). Le Collège s’est finalement prononcé en faveur de cette approche afin « *d’assurer la protection du public sans brider inutilement la créativité* »[[3]](#footnote-4).

Poursuivant ces objectifs, et dans une logique constante de simplification administrative, le CSA a établi un formulaire de rapport annuel[[4]](#footnote-5) électronique à destination des éditeurs de WebTV.

Le contrôle annuel 2017 poursuit les objectifs du précédent :

* rappeler les principales obligations décrétales et vérifier leur bonne exécution ;
* récolter des informations concernant le développement du secteur de WebTV en FWB ;
* maintenir et renforcer le lien établi avec le régulateur.

La présente synthèse dresse le bilan du respect par les éditeurs de WebTV de leurs obligations décrétales pour l’exercice 2017. Elle propose également un panorama des évolutions de ce secteur et de ses enjeux prospectifs.

1. **Paysage**

Au 30 juin 2018, 24 WebTV sont déclarées auprès du CSA.

Toutefois, 3 éditeurs s’étant déclarés très récemment, le présent contrôle ne porte que sur 21 services.

En fonction de leurs thématiques, le CSA classe de manière indicative les WebTV dans les catégories suivantes : géographique (5), culture (2), musique (2), sport (2), institutionnel (2), académique (2), éducation permanente (2), communautaire (2), humour (1) et bien-être (1).

Les services « Actu-TV », « Almouwatin TV », « Bastogne TV », « braine.TV », « Racing Channel », « V’RO TV » et « Zin TV » intègrent le contrôle pour la première fois.

Les services « Bruxelles ma Belle » et « FullTV » se sont déclarés récemment mais sont actifs depuis plusieurs années. La présente synthèse transversale intègre dès lors des données les concernant. À travers ces deux cas particuliers, le Collège constate la volonté d’éditeurs expérimentés d’intégrer « officiellement » le paysage en régularisant leur situation administrative.

D’autres services sont en voie de déclaration. Le travail de veille du CSA se poursuit.

Cessation d’activités

En octobre 2017, la WebTV confessionnelle « Neema TV »  notifiait au CSA l’arrêt de ses activités.

1. **Périmètre de la régulation**

**2.1 Le critère du « service »**

Pour être qualifié de « service de média audiovisuel », une offre de programmes doit rencontrer les 7 critères cumulatifs prévus par la législation audiovisuelle : 1. il doit s’agir d’un « service », 2. sous la responsabilité d’un « éditeur », 3. dont l’ « objet principal » est audiovisuel, 4. composé de « programmes », 5. communiqué au « public », 6. par des « réseaux de communication électronique » et 7. qui a pour finalité « d’informer, divertir, éduquer ou assurer une communication commerciale ».

Dans sa « Recommandation relative au périmètre de la régulation » (2012), le Collège s’est prononcé quant à sa compétence matérielle à l’égard des services de médias audiovisuels actifs sur internet. Il s’est notamment intéressé aux modalités d’’application du critère du « service » aux WebTV.

Se référant à la Directive européenne sur les services de médias audiovisuels, au Traité sur le fonctionnement de l’Union européenne, ainsi qu’à la jurisprudence de la Cour de Justice de l’Union européenne, le Collège considère que ce critère est démontré si l’une de ces deux conditions ci-après est rencontrée :

* l’offre de programmes est fournie moyennant une contrepartie ;
* l’offre de programmes entre en concurrence avec d’autres services.

La contrepartie

Le Collège lui confère une acception protéiforme. Dans le domaine de l’audiovisuel, la contrepartie s’interprète de prime abord comme une rémunération dont s’acquitte le bénéficiaire direct du service (paiement d’un abonnement ou d’un coût au visionnage). Cependant, la contrepartie peut également provenir de tiers (subsides publics, dons, revenus publicitaires, mise à disposition de matériel ou d’infrastructure). La jurisprudence établit en outre que le caractère lucratif de l’activité n’est pas pertinent. Pour rencontrer le critère du service, la contrepartie ne doit dès lors pas obligatoirement être conséquente ou permettre à l’éditeur de réaliser un bénéfice.

La concurrence

Dans les cas où l’existence d’une contrepartie reste difficile à déterminer, le régulateur doit apprécier un second critère : celui de la concurrence. Il convient alors d’examiner si le service ne propose pas, sans contrepartie apparente, des prestations pourtant fournies par d’autres contre rémunération. C’est donc la capacité d’entrer en concurrence qui doit être examinée et non la concurrence effective. L’activité audiovisuelle sur internet étant en développement constant, ce second critère doit donc s’entendre de manière évolutive et englobante.

C’est à la lumière de l’analyse qui précède que le Collège traite les déclarations de WebTV qui lui sont soumises et qu’il étend progressivement ses missions de régulation aux services de médias audiovisuels sur internet.

**2.2 Les télévisions sur internet**

Le CSA développe une typologie des nouvelles formes de télévisions sur internet. Celle-ci se fonde notamment sur les obligations décrétales applicables à chaque catégorie d’éditeurs :

* les « WebTV » sont des portails audiovisuels indépendants centrés sur une offre gratuite et thématique de programmes quasi-exclusivement produits en propre ;
* les « Vloggeurs » proposent leurs programmes exclusivement via les plateformes de partages de vidéos ou via les réseaux sociaux ;
* les « *Pureplayers* » sont des catalogues à la demande de fictions et de documentaires commercialisés à la transaction ou par abonnement.

Ces catégories sont naturellement amenées à s’étoffer et à évoluer.

Aujourd’hui, le CSA constate qu’un nombre important de WebTV recourt de façon complémentaire à plusieurs canaux de distribution : site propre, chaîne YouTube et page Facebook. La distinction méthodologique WebTV - Vloggeurs reste néanmoins pertinente car fondée sur plusieurs particularités des WebTV :

* leur volonté est de centraliser l’audience sur un portail spécifique que les éditeurs gèrent de manière autonome (agencement, identité graphique, commercialisation éventuelle) ;
* il s’agit de médias participatifs animés par une proportion importante de bénévoles ;
* leurs lignes éditoriales sont globalement orientées vers des missions de services publics : éducation permanente, développement culturel, information locale, cohésion sociale… ;
* leurs formats de programmes sont généralement plus proches de ceux de la télévision traditionnelle, c’est-à-dire moins directement influencés par les nouveaux codes de production de l’audiovisuel qui sont d’application sur les plateformes de partage de vidéos et sur les réseaux sociaux (formats courts, montages « *cut* », ton direct).

Précisons enfin que la plupart des WebTV intègre le lecteur vidéo de YouTube sur leurs portails. En effet, considérant que l’investissement à consentir pour une indépendance technologique totale est trop important, elles s’appuient sur la fiabilité technologique et l’ergonomie de la solution intégrée proposée par YouTube. Les WebTV disposent donc presque toutes d’une « chaîne » YouTube même si elles s’efforcent de maintenir leur portail comme point d’entrée principal vers leur catalogue.

Les « Vloggeurs »

Le CSA entend poursuivre les initiatives prises dans le cadre de son agenda prospectif de déploiement de la régulation sur les plateformes de partage de vidéos (note présentée au Collège à l’été 2017).

Dans l’intervalle, il constate que le service « La Zone Geek» doit dorénavant intégrer la catégorie « Vloggeurs », notamment parce qu’il utilise YouTube comme canal exclusif de distribution. Les données relatives à ce service ne sont donc pas intégrées à la présente synthèse.

La catégorie institutionnelle

Le CSA constate que les éditeurs de la catégorie institutionnelle (« Les vidéos de l’AWEX » et « La WebTV du Parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles ») ne soulèvent pas d’enjeu de régulation immédiat.

Les demandes de déclaration envoyées à ces services datent de la première phase de déploiement du CSA sur internet (suite à l’adoption de la recommandation périmètre en 2012). Aujourd’hui, au regard de l’émergence d’autres profils de WebTV, la nécessité d’une régulation effective de ces services apparait comme moins pertinente.

Afin de garder une photographie sectorielle complète, le Collège propose néanmoins de maintenir ces deux services dans le registre du CSA. Il considère que la qualification de « service de média audiovisuel » doit leur être maintenue et qu’ils pourraient d’ailleurs intégrer certains monitorings thématiques. Le Collège appréciera à l’occasion des lignes directrices du contrôle prochain la pertinence du maintien de l’obligation de fourniture d’un rapport annuel pour les WebTV de la catégorie institutionnelle, notamment au regard d’évolutions éventuelles dans leurs programmations.

1. **Données clés du secteur**

**3.1 Développements**

Dans leurs rapports annuels, les WebTV font état des principales évolutions intervenues dans leurs activités depuis le dernier contrôle réalisé par le CSA :

* lancement d’une distribution multicanaux (site propre, YouTube, Facebook) avec pour bénéfice l’augmentation significative du nombre de vues et d’abonnés (Almouwatin TV) ;
* collaborations avec la RTBF et avec certains organisateurs de manifestations sportives : échanges de visibilité, soutiens techniques (Racing Channel) ;
* multiplication et renforcement des partenariats locaux : centres culturels, radio indépendante, commune (braine.TV) ;
* création de nouveaux formats et augmentation significative du volume de production (Actu-TV, V’RO TV).

**3.2 Production**

Les 21 WebTV[[5]](#footnote-6) contrôlées pour 2017 ont produit 478 heures de programmes. Il s’agit d’une augmentation importante par rapport à l’exercice précédent (+36%). Celle-ci s’explique surtout par la comptabilisation de données provenant de nouveaux éditeurs. Le volume annuel de production des WebTV précédemment déclarées restant relativement stable. Ces 478 heures de programmes inédits confirment l’apport des WebTV au pluralisme et à la diversité de l’offre de médias audiovisuels en FWB.

Les programmes produits sont variés : magazines, documentaires, reportages, retransmissions de manifestations culturelles ou sportives, capsules, interviews… Certaines productions sont marquées par une liberté de création très large. En effet, n’étant pas directement soumises aux impératifs d’audiences, les WebTV n’hésitent pas à jouer avec les codes audiovisuels et à affiner leur ligne éditoriale par « essais-erreurs ». D’autres contenus sont moins marqués par cette recherche, produits avec passion mais de manière plus traditionnelle.

**3.3 Effectifs**

Les rapports annuels font état d’une centaine de bénévoles impliqués à des degrés divers dans le secteur des WebTV en FWB. Ceci témoigne d’un enthousiasme citoyen autour des thématiques traitées. Certains éditeurs mentionnent l’engagement de prestataires ponctuels (notamment via Smart), d’autres la prise en charge de stagiaires.

Un nombre restreint de WebTV déclare disposer d’un poste de coordinateur rémunéré (souvent à l’aide de subsides, souvent à temps partiel). Le CSA relève qu’il s’agit d’un facteur clé pour leur structuration et leur développement. En effet, rémunérer cette fonction centrale permet de stabiliser l’activité, mais aussi d’entretenir une dynamique en termes de production, de marketing ou d’élargissement du réseau de bénévoles.

* 1. **Financement**

Baser le modèle de financement d’une WebTV sur la publicité parait encore hasardeux aujourd’hui, même lorsque le service peut s’appuyer sur une audience convaincante.

En outre, les WebTV n’ont pour la plupart pas d’objectif lucratif. Elles se tournent dès lors vers d’autres sources de financement :

* Certaines disposent de subsides publics (communaux, régionaux, communautaires) qui peuvent être structurels ou liés à des projets ponctuels.

Sur ce point, les éditeurs relèvent que les guichets de financement publics sont inadaptés aux réalités des WebTV. Les subsides ne sont pas profilés pour servir l’activité télévisuelle, ils sont donc octroyés à d’autres fins et ne bénéficient à la WebTV que de manière incidente. En outre, pour des équipes restreintes, le suivi administratif lié à la recherche de subsides peut s’avérer chronophage.

* Quelques éditeurs proposent des prestations audiovisuelles (captation, montage, production de films promotionnels, soutien technique).
* Un éditeur a lancé avec succès une campagne de *crowdfunding*.
* Une minorité des WebTV diffuse de la publicité (pour des revenus limités).

La plupart des éditeurs souhaite maintenir une indépendance totale, ce qui les rend réfractaires au démarchage publicitaire.

* 1. **Distribution**

Les WebTV proposent leurs catalogues de programmes sur un portail indépendant. Disposer d’une interface propre, d’une identité graphique et d’une liberté dans l’agencement des contenus semble essentiel pour les WebTV afin de s’affirmer en tant que média à part entière.

Toutefois, les WebTV distribuent également leurs programmes via les plateformes de partage de vidéos et via les réseaux sociaux. L’objectif est d’y promouvoir les programmes afin d’attirer l’audience sur les portails indépendants. Le nombre relativement faible d’abonnés aux chaînes YouTube des WebTV démontre d’ailleurs que ce n’est pas sur cette plateforme que se concentre la consommation. Ce point est d’ailleurs un élément fondamental de la distinction entre les catégories « WebTV » et « Vloggeurs » décrite plus haut. Enfin, certains éditeurs conçoivent les plateformes de partage de vidéos comme un simple outil d’hébergement et d’archivage.

*« braine.TV » est la seule WebTV qui fonctionne en autonomie technologique complète. Aucun de ses programmes n’est distribué ailleurs que sur son portail. « braine.TV » dispose en outre de son propre lecteur de vidéo. Cette indépendance technologique est rendue possible par les connaissances informatiques poussées de l’éditeur.*

***Graphe 1 : audience (nombre de vues) sur YouTube[[6]](#footnote-7)***

Avec 8,3 millions de vues, « Bruxelles ma Belle » est de très loin le service qui enregistre la plus forte audience sur YouTube. Pour rappel, il s’agit d’une WebTV spécialisée dans la production et la diffusion de captations « *live* » de micro-concerts réalisées depuis des lieux emblématiques de l’architecture et du patrimoine bruxellois. Outre les qualités inhérentes au projet, ce succès démontre la place grandissante de la thématique musicale sur YouTube : l’efficacité des algorithmes de recommandation augmente le recours à la plateforme en tant que « *jukebox* » musical, les listes automatiques de lectures étant successivement conçues pour servir les goûts des utilisateurs et leur permettre de faire des découvertes.

Le graphe ci-dessus permet de mettre en évidence les constats suivants :

* Les 7 chaînes les plus regardées cumulent près de 15 millions de vues.
* Un nombre important de vues n’est pas systématiquement le corollaire d’un nombre important d’abonnés : « Bruxelles ma belle » et « Air TV » comptabilisent près de 10 millions de vues pour quelques milliers d’abonnés (notamment en vertu de la mécanique du « jukebox » décrite au point précédent).
* Les WebTV « communautaires » sont bien situées dans le classement, et notamment le service « Almouwatin TV », créé fin 2016, qui se constitue rapidement une audience.
* Le nombre de vues cumulées par Wallonie TV s’explique, outre l’ancienneté du service (création en 2009), par la diversification des thématiques traitées (tourisme, culture, sport, événementiel) et par une ligne éditoriale axée sur la proximité et le divertissement.

***Graphe 2 : audience (nombre de « like ») sur Facebook [[7]](#footnote-8)***

Le visionnage et le partage de vidéos de format court sur Facebook devient un mode de consommation incontournable pour les audiences connectées. Les WebTV suivent ce mouvement. Presque toutes disposent de leur propre page qu’elles animent dans un esprit de communauté : vidéos, écrits, photos, information, etc. L’objectif premier des WebTV reste d’attirer l’audience sur leurs portails indépendants mais Facebook permet d’élargir le public, d’interagir avec lui, de sonder ses préférences. Aujourd’hui, la plupart des WebTV recourt de manière conjointe à YouTube et Facebook, dans l’attente que l’un renforce l’autre, et dans l’espoir de rabattre une partie des audiences vers leurs sites.

Le graphe ci-dessus permet de mettre en évidence les constats suivants :

* La WebTV communautaire « Bel’Afrika Media » domine le classement, confirmant la pertinence de son positionnement unique en tant que service de média audiovisuel consacré à la diaspora africaine. Son audience sur Facebook reste stable entre 2016 et 2017 ;
* L’audience de « Almouwatin TV » progresse (+24% par rapport à 2016). Le service s’installe progressivement sur tous les canaux de diffusion ;
* Les WebTV musicales à forte audience sur YouTube fédèrent également sur Facebook.

1. **Respect des dispositions légales**

En vertu de l’article 40 du décret, les éditeurs de WebTV doivent transmettre au CSA un rapport d’activités comprenant des éléments d’information relatifs : aux obligations en matière de transparence (art. 6), au respect des droits d’auteur (art. 35), à la contribution à la production (art. 41), ainsi qu’aux quotas de diffusion s’il s’agit de services linéaires (art. 43 et 44) ou à la mise en valeur des œuvres européennes s’il s’agit de services non linéaires (art. 46).

* Remise du rapport annuel : les éditeurs de WebTV ont globalement répondu dans les temps au formulaire transmis, nonobstant certains délais accordés au vu de circonstances particulières justifiées (rareté des effectifs, absence de la personne de contact, mécompréhension de certaines question).

* Mise en valeur des œuvres européennes : les éditeurs de WebTV proposent une programmation principalement non linéaire et axée totalement ou très largement sur la production propre. Les programmes proposés sont donc produits en Fédération Wallonie-Bruxelles.
* Contribution à la production : les éditeurs de WebTV ont transmis leurs bilans financiers. Aucun n’a généré un chiffre d’affaire éligible justifiant une première contribution.
* Droits d’auteurs : Les WebTV déclarent utiliser des musiques libres de droit. Quelques éditeurs font néanmoins état de rétribution de droits auprès de sociétés de gestion collective.

*Un éditeur recourt aux services de « JAMENDO », catalogue de titres musicaux en ligne utilisables moyennant l’achat de crédits. Un autre éditeur s’est tourné vers l’aide juridique du « Namur Legal Lab » afin de mieux cerner ses obligations et de régulariser sa situation.*

*Les enjeux liés aux droits d’auteurs, au droit à l’image et aux mentions légales obligatoires restent des préoccupations importantes des WebTV. Il s’agit de matières complexes pour lesquelles un soutien institutionnel peut s’avérer utile.*

* Transparence : le CSA constate à nouveau que plusieurs éditeurs ne publient pas les informations de base et mentions légales requises en vertu de l’article 6 du décret.

*Sur ce point, le CSA relève cependant les pratiques exemplaires de certains éditeurs, notamment « braine.TV », dont la page de mentions légales comprend ses coordonnées complètes, des informations relatives à l’hébergeur, un lien vers la page « pluralisme » du CSA, des modalités de droits de réponse ainsi que des précisions quant à l’utilisation des données personnelles.*

* Couverture des élections : en tant que médias de proximité, les WebTV contribueront aux débats à venir (élections communales d’octobre 2018, élections régionales de mai 2019). De ce fait, au même titre que les autres SMA, elles doivent conscientiser leur responsabilité et prendre certaines dispositions. Dans un courrier adressé à chaque WebTV (mai 2018), le CSA rappelle les points de vigilance essentiels : règlement, équilibre des tendances dans la programmation, précautions en « période de prudence ».

Le positionnement des WebTV déclarées est susceptible de varier fortement : certaines, comme « Almouwatin TV », ont l’ambition de couvrir le scrutin en analysant les enjeux spécifiques à leurs audiences. D’autres, en dépit de leur positionnement micro-local, posent le choix de ne traiter aucun sujet en lien avec les élections et de garder une ligne éditoriale résolument apolitique.

En outre, une activité audiovisuelle spécifique se développe sur internet à l’occasion des élections :

* les partis et principales associations développent une section audiovisuelle sur leur site internet et proposent des programmes via YouTube ou via les réseaux sociaux.
* le « Parti Populaire – Le Peuple » dispose de son propre service de média audiovisuel : « Le Peuple TV », qui propose des vidéos organisées par thèmes, avec une forte présence du fondateur du parti et de son chargé de communication.

Des monitorings spécifiques sont prévus afin d’assurer le respect par les SMA en ligne du cadre décrétal et de la Recommandation élection du Collège d’autorisation et de contrôle.

1. **Conclusions**

**5.1. La réappropriation du média télé**

La plupart des WebTV déclarées en Fédération Wallonie-Bruxelles oriente leur programmation vers des missions d’intérêt général : information (micro)locale, éducation permanente, cohésion sociale, promotion culturelle. En outre, plusieurs WebTV constituent des espaces d’expression pour les diverses communautés de Belgique francophone, qu’elles soient d’origine ou d’intérêt. L’objectif des WebTV semble se positionner de manière complémentaire aux télévisions traditionnelles en valorisant des publics ou des thématiques qu’elles considèrent comme trop peu écoutés ou traitées.

Les WebTV communautaires, par exemple, fidélisent une audience importante notamment parce que les préoccupations de leurs publics cibles semblent peu relayées par ailleurs : en FWB, « Bel’Afrika Media » compte parmi les seuls médias centrés sur la diaspora africaine.

Médias participatifs, les WebTV incluent de nombreux collaborateurs bénévoles qui apportent des expertises particulières. Elles sont en outre particulièrement attentives à maintenir une interactivité quotidienne avec leurs communautés sur les réseaux sociaux. Cette dynamique aboutit à ce que les audiences s’impliquent dans la programmation via des propositions de sujets ou de thématiques à traiter.

Au vu des éléments précités, les rapprochements avec le secteur des radios indépendantes demeurent pertinents : médias collaboratifs, constitués de petites équipes bénévoles, lignes éditoriales axées sur la découverte, contribution au pluralisme et à la diversité, volonté non lucrative… Il apparait que l’allègement des coûts de la production audiovisuelle et la multiplication des canaux de diffusion suscite un élan des créateurs et des communautés vers le média télévisuel connecté. Cet élan est en certains points comparables à celui vers les radios libres dans les années 80.

**5.2. Modèles de financement : entre fragilité et créativité**

À l’initiative de plusieurs WebTV déclarées au CSA, la constitution d’une Fédération est en voie d’aboutir. L’objectif est de développer des synergies dans les domaines éditorial et technique mais aussi de partager les pistes en matière de recherche de financement. Une revendication du secteur réside dans une reconnaissance du travail d’intérêt général concrétisé et sur la nécessité d’un soutien financier proportionnel. La transposition aux WebTV du statut de « radio associative et d’expression » est une piste envisagée.

Dans un communiqué récent, le CSA résumait la situation de ce secteur émergent : « *certains éditeurs sont pionniers de la télévision sur internet en FWB, ils produisent des contenus répondant à des missions de service public et tentent de résister aux géants de la distribution audiovisuelle sur le net en entretenant une plateforme propre. C’est à ce triple titre qu’ils revendiquent plus de reconnaissance des pouvoirs publics* ».

Le CSA constate en effet que la situation économique des WebTV demeure précaire. Celles qui ne disposent d’aucun soutien public éprouvent des difficultés à développer, voire à maintenir leurs activités. Les subsides dont certaines disposent sont généralement mal adaptés à leur activité principale de création audiovisuelle. Toutes expriment le besoin d’un mécanisme de subside structurel. Le CSA est disponible pour dégager des pistes de réflexions en ce sens. Un modèle de soutien proportionnel, centralisé et basé sur des critères objectifs pourrait assurer plus de stabilité au secteur et permettre aux WebTV les plus investies dans des missions d’intérêt général de poursuivre leur développement.

Les dons et le « *crowdfunding* » sont également des ressources potentielles à envisager. En effet, le financement participatif apparait très en phase avec les modèles de fonctionnement des WebTV. L’éditeur de « V’RO TV » s’est d’ailleurs récemment lancé avec succès dans une campagne de levée de fonds via la plateforme « Ulule ». D’autres outils de ce type existent. Ils ont l’avantage d’impliquer et de fidéliser l’audience. Ce soutien des téléspectateurs permet également de démontrer la légitimité du travail des WebTV et de leur maintenir une autonomie vis-à-vis des pouvoirs publics. Autre solution observée : la possibilité de conditionner l’accès à certains programmes emblématiques au versement d’un don libre. On se rapproche ici du modèle de financement des projets musicaux tel que proposé par des plateformes comme « *Bandcamp* ».

**5.3.** **Le CSA, carrefour d’expertise**

Outre le fait qu’il s’agit d’une obligation légale, les éditeurs de WebTV perçoivent, notamment par le biais d’un travail de dialogue et de rencontre, plusieurs avantages à se déclarer au CSA :

* la déclaration leur confère une légitimité supplémentaire dans leurs activités au quotidien (rapports avec les médias traditionnels, accès à l’information, recherche de subsides). Cependant, cette « officialisation » peut aussi, dans certains cas, les mettre en situation de concurrence accrue avec les médias traditionnels.
* Le fait d’être valorisé dans les communications du régulateur contribue à la notoriété de la WebTV.
* Le CSA est perçu comme un carrefour, un lieu de rencontre et de débats, une possibilité de réseauter, ainsi qu’un guichet d’expertises utile en cas d’insécurité juridique.

**Avis n°XX/2018 du Collège d’autorisation et de contrôle**

**Contrôle transversal des éditeurs de WebTV pour l’exercice 2017**

Pour l’édition de leurs services pour l’exercice 2017, les éditeurs de WebTV (liste reprise ci-après) ont satisfait à l’obligation de remise d’un rapport annuel. Le Collège relève qu’aucun parmi ces éditeurs n’atteint le chiffre d’affaires justifiant une contribution à la production. Vu les programmations proposées, le Collège considère que l’obligation de mise en valeur des œuvres européennes est inapplicable. Les éditeurs déclarent que leur programmation est conforme à la législation relative aux droits d’auteurs et aux droits voisins.

Le CSA constate à nouveau que plusieurs éditeurs ne mentionnent pas sur leur portail les informations de base et mentions légales requises en vertu de l’article 6 du décret.

L’obligation n’est pas rencontrée.

Le Collège charge les services du CSA de s’adresser aux éditeurs concernés afin d’assurer d’une mise en conformité sur ce point. La mise en avant des bonnes pratiques de certaines WebTV pourrait servir de modèle aux éditeurs restés en défaut de transparence. Pour rappel, conformément à la Recommandation du Collège, sera considérée comme recevable une formule hybride s’inspirant de celle d’application pour les radios indépendantes, à savoir la mention d’informations *a minima* sur le site de chaque WebTV et le renvoi vers le site du CSA pour plus de détails.

Le Collège sera attentif à l’évolution du secteur sur ce point dans la perspective du contrôle prochain.

Fait à Bruxelles le 28 juin 2018

Madeleine Cantaert, conseillère services télévisuels

Noël Theben, responsable de l’unité télévisions

Bernardo Herman, directeur général

Liste des services contrôlés :

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Services** | **Editeurs** | **Liens** | **Descriptifs** |
| **ACTU-TV** | Personne physique | <http://www.actu-tv.net/> | *WebTV proposant des programmes culturels et couvrant un large éventail de disciplines.* |
| **AIR TV** | ASBL ETNIK | [http://www.airtvmusic.be/](http://www.airtvmusic.be/%20) | *WebTV d’actualité de la scène musicale belge francophone.* |
| **Almouwatin TV** | Le Citoyen ASBL | <http://almouwatin.com/> | *WebTV proposant une réflexion sur le vivre ensemble, sur l’éveil à la spiritualité et sur les enjeux démocratiques.* |
| **Bastogne TV** | LautreCHAINE | <http://www.bastognetv.be/> | *WebTV qui met en lumière Bastogne et sa Province.* |
| **Bel’Afrika Media** | ASBL BAM | <http://belafrikamedia.com/index.php/accueil-belafrika-media> | *WebTV de valorisation du multiculturalisme, de la participation citoyenne et de la visibilité des actions des diverses communautés migrantes.* |
| **Braine TV** | Braine PROD SPRL | <http://braine.tv/a-propos/> | *WebTV consacrée aux actualités de la région brainoise.* |
| **Bruxelles ma Belle** | ASBL Béhème | <http://www.bruxellesmabelle.net/> | *WebTV spécialisée dans les prestations musicales d’artistes (inter)nationaux dans des lieux du patrimoine bruxellois.* |
| **Comblain TV** | Commune | <http://www.dailymotion.com/Comblain_TV> | *Média alimenté par des bénévoles pour informer sur la vie dans l’entité de Comblain le Pont.* |
| **EKTV** | SPRL EK NETWORK | <http://www.e-k.tv/> | *WebTV proposant notamment des contenus sportifs.* |
| **En ligne directe** | ASBL RTA | <http://enlignedirecte.be/> | *WebTV d’éducation permanente centrée sur les enjeux en matière d’aide à la jeunesse.* |
| **FullTV** | FOr’J ASBL | <http://www.fulltv.be/> | *WebTV qui pose un regard de renouveau et d’avenir sur Charleroi.* |
| **Les gars de Jette** | SPRL Biff Tannen Production | <http://www.garsdejette.com/> | *WebTV humoristique centrée sur la diffusion de sketches et de webséries.* |
| **Les vidéos de l’AWEX** | L’AWEX | <https://www.youtube.com/user/AWEXBxl/videos> | *WebTV liée au thème de l’exportation proposant notamment des interviews d’attachés économiques et commerciaux.* |
| **PFWB TV** | Parlement FWB | <http://www.pfwb.be/images/tv.pfwb.be/view> | *WebTV du Parlement de la FWB : vidéos de présentation des travaux parlementaires, retransmission des séances plénières.* |
| **Racing Channel** | Racing Technic ASBL | <https://www.racingchannel.be/> | *WebTV consacrée à l’actualité et la promotion des sports moteurs.* |
| **TV Wallonie** | ASBL CLTV | <http://tvwallonie.be/> | *WebTV consacrée à la Wallonie (information, culture, sport).* |
| **ULG TV** | ULG | [https ://www.ulg.ac.be/cms/c\_468909/fr/accueil-ulg-tv](https://www.ulg.ac.be/cms/c_468909/fr/accueil-ulg-tv) | *WebTV traitant des différents aspects de la vie universitaire : enseignement, recherche, conférences et services à la collectivité.* |
| **Umons TV** | Umons | [https ://www.youtube.com/user/UMONSTV ?gl=BE](https://www.youtube.com/user/UMONSTV?gl=BE) | *WebTV traitant des différents aspects de la vie universitaire : enseignement, recherche, conférences et services à la collectivité.* |
| **V’RO** | Personne physique | <https://vero-tv.com/> | *WebTV positive et inspirante en vue d’atteindre le bien-être.* |
| **Waterloo TV** | Commune | <http://www.waterlootv.be/> | *WebTV alimentée par le service communication de la commune et par des citoyens.* |
| **Zin TV** | ASBL Zin TV | <https://zintv.org/> | *WebTV qui aborde des thématiques culturelles, sociales, éducatives et qui comprend également un axe participatif.* |

1. Recommandation relative au périmètre de la régulation de services de médias audiovisuels du Collège d’autorisation et de contrôle du CSA, le 29 mars 2012, p.1. [↑](#footnote-ref-2)
2. C’est-à-dire : des services disponibles directement sur internet sans passer par une offre de télédistribution traditionnelle. [↑](#footnote-ref-3)
3. Recommandation relative au périmètre, op.cit., p.2. [↑](#footnote-ref-4)
4. Conformément à l’article 40 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, les éditeurs de services diffusés sur plateforme ouverte doivent adresser un rapport annuel au CSA. [↑](#footnote-ref-5)
5. 19 rapports ont été déposés dans le cadre du contrôle annuel. Les WebTV « FullTV » et « Bruxelles Ma Belle », déclarées depuis avril 2018 mais en exercice depuis plusieurs années, ont fourni par voie téléphonique des données relatives au volume de production, au nombre d’ETP et aux principales évolutions rencontrées en 2017. [↑](#footnote-ref-6)
6. Données juin 2018. [↑](#footnote-ref-7)
7. Données de juin 2018. [↑](#footnote-ref-8)