

Conseil supérieur de l'audiovisuel

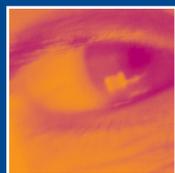
# RÉGULATION

**BULLETIN D'INFORMATION**  
TRIMESTRIEL DU CONSEIL SUPÉRIEUR  
DE L'AUDIOVISUEL



n°31

JAN-FEV-MAR 2007



**Publicité et enfants :**  
un code pour la protection éditoriale  
du jeune spectateur

**Vers une meilleure accessibilité**  
des programmes

**Minorités culturelles**  
et médias audiovisuels

# Colophon



## Editeur responsable

- > **Evelyne Lentzen**,  
Présidente du CSA  
Rue Jean Chapelié 35  
1050 Bruxelles

## Comité de rédaction

- > **Jean-François Furnémont**,  
Directeur du CSA
- > **Geneviève de Bueger**
- > **Aline Franck**
- > **Muriel Hanot**
- > **Boris Libois**
- > **Paul-Eric Mosseray**

## Abonnements

- > Le magazine « Régulation » est distribué gratuitement. Toute demande d'abonnement peut être adressée par courrier au CSA ou en remplissant un formulaire d'abonnement disponible à l'adresse @ : [www.csa.be/guichet/abonnement\\_regulation](http://www.csa.be/guichet/abonnement_regulation)  
L'abonnement à la lettre d'information électronique peut également se faire en ligne à l'adresse @ : [www.csa.be/newsletter/abonnement](http://www.csa.be/newsletter/abonnement)

## Plaintes

- > Toute plainte ou remarque concernant les programmes des éditeurs de services (radios, télévisions) relevant de la Communauté française ou la transmission de ceux-ci par les télédistributeurs peut être envoyée aux adresses indiquées ci-dessous. Un formulaire de plainte est également disponible à l'adresse suivante :  
[@ : www.csa.be/guichet/plainte](http://www.csa.be/guichet/plainte)

## Coordonnées

- > **Conseil supérieur de l'audiovisuel**  
Rue Jean Chapelié 35  
1050 Bruxelles
- > Tél.: 32 2 349 58 80  
Fax: 32 2 349 58 97
- > URL: [www.csa.be](http://www.csa.be)  
Courriel: [info@csa.be](mailto:info@csa.be)

## 2007, année de la radio ?

---

**A** lors que de nouveaux modes de production (par des citoyens s'essayant au journalisme amateur, par des politiques désireux de limiter les intermédiaires professionnels, par des groupes de presse « convergents », ...) et de consommation de programmes (podcasting, vidéo à la séance, vidéo à la demande, ...) se développent, l'audiovisuel « traditionnel » poursuit néanmoins sa croissance.

En développement incessant, le secteur de la radio en Communauté française n'a pas bénéficié, depuis que des radios non publiques ont vu le jour au début des années 1980, d'un environnement réglementaire adéquat. En l'absence de possibilité de pouvoir postuler pour l'utilisation du spectre radioélectrique, les acteurs privés se sont développés dans un climat que l'on peut qualifier, sans pour autant que cela emporte un quelconque jugement de valeur, d'anarchique.

Le développement d'autres modes de diffusion, principalement par câble et par internet, a aujourd'hui permis de limiter le vide juridique au volet « infrastructures », puisque toutes les radios diffusant par d'autres moyens que la FM ont fait l'objet d'une autorisation délivrée par le CSA (ou ont introduit une demande d'autorisation), permettant ainsi au régulateur d'exercer un contrôle sur les contenus. A ce jour, 26 services ont été autorisés, dont l'audience représente la quasi-totalité du marché.

Reste le problème « infrastructures ». Et c'est un euphémisme de dire qu'il est épineux...

En ce qui concerne les fréquences analogiques, les dernières autorisations ont été délivrées, il y a longtemps, par arrêté à des asbl dont seule une poignée subsiste et à une époque où la législation ne prévoyait aucune reconnaissance pour les groupes privés qui structurent aujourd'hui le marché.

Pour ce qui concerne les fréquences numériques, le CSA a pris connaissance de la feuille de route du gouvernement du 13 octobre 2006, à laquelle il a réagi par un avis du 29 novembre 2006. Le CSA avait, au préalable, rendu un avis relatif aux orientations pour le lancement de la télévision numérique terrestre. Il a ensuite poursuivi ses travaux sur la radio numérique terrestre par une série d'auditions avant l'adoption prochaine de recommandations. Le régulateur y suggèrera diverses propositions et orientations, entre lesquelles il reviendra au gouvernement de trancher.

Quelles que soient les options réglementaires retenues par le gouvernement pour le lancement de la radio numérique, des décisions doivent être prises. Que ce soit pour l'autorité ou pour les acteurs du secteur, une absence de décision politique au sujet de la radio numérique pourrait avoir des effets encore plus pervers que ceux que nous avons connus pour la radio analogique, tant en termes de respect de l'intérêt général (et singulièrement du pluralisme) que de viabilité économique des acteurs (qu'ils soient présents ou entrants).



**Evelyne LENTZEN**  
Présidente du CSA

## Actualité audiovisuelle

**Spectre radioélectrique****14 février**

Le Parlement européen adopte une résolution pour une politique européenne en matière de spectre radioélectrique, qui a pour objectifs de faciliter l'accès aux réseaux sans fil et de le rendre moins cher.

@ : [ec.europa.eu/information\\_society/policy/radio\\_spectrum/docs/ep\\_dr\\_res\\_spectrum\\_14\\_02.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/policy/radio_spectrum/docs/ep_dr_res_spectrum_14_02.pdf)

**14 février**

La Commission européenne harmonise les conditions garantissant la disponibilité et l'utilisation rationnelle des bandes de fréquences de 2 GHz pour la mise en œuvre de systèmes fournissant des services mobiles par satellite.

@ : [eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/obj/2007/l\\_043/l\\_04320070215en00320034.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/obj/2007/l_043/l_04320070215en00320034.pdf)

**14 février**

Le Radio Spectrum Policy Group (RSPG) présente son rapport à la Commission. Celui-ci intègre l'avis du groupe sur la politique radioélectrique européenne et ses implications sur le dividende numérique, son programme de travail 2007-2008 ainsi que l'avis modifié sur la Conférence mondiale des communications 2007.

@ : [rspg.groups.eu.int/doc/documents/meeting/rspg12/rspg07\\_160.pdf](http://rspg.groups.eu.int/doc/documents/meeting/rspg12/rspg07_160.pdf)  
(programme de travail 2007)

@ : [rspg.groups.eu.int/doc/documents/meeting/rspg12/rspg07\\_167\\_chairm\\_report\\_rspg12.pdf](http://rspg.groups.eu.int/doc/documents/meeting/rspg12/rspg07_167_chairm_report_rspg12.pdf)  
(rapport du RSPG)

@ : [rspg.groups.eu.int/doc/documents/opinions/rspg07\\_162\\_final\\_rev\\_op\\_wrc\\_07.pdf](http://rspg.groups.eu.int/doc/documents/opinions/rspg07_162_final_rev_op_wrc_07.pdf)  
(avis modifié sur la Conférence mondiale des communications 2007)

@ : [rspg.groups.eu.int/doc/documents/opinions/rspg07\\_161\\_final\\_op\\_digdiv.pdf](http://rspg.groups.eu.int/doc/documents/opinions/rspg07_161_final_op_digdiv.pdf)  
(avis sur le dividende numérique)

**20 février**

La Commission présente sa stratégie pour assouplir l'accès aux radiofréquences en réponse à l'évolution des besoins du marché. Cette stratégie prévoit des mesures concrètes pour réduire les restrictions à l'accès et à l'utilisation de cette ressource.

@ : [ec.europa.eu/information\\_society/policy/radio\\_spectrum/docs/ref\\_docs/com/com\\_50\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/policy/radio_spectrum/docs/ref_docs/com/com_50_fr.pdf)

**Communications électroniques****11 décembre**

La Commission publie une nouvelle liste de normes et/ou spécifications destinée à servir de support pour encourager la fourniture harmonisée de réseaux de communications électroniques, de services de communications électroniques et de ressources et services associés.

@ : [ec.europa.eu/information\\_society/policy/ecomml/doc/info\\_centre/communic\\_reports/temp\\_eur\\_lex\\_links\\_required/c\\_2006\\_6364\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomml/doc/info_centre/communic_reports/temp_eur_lex_links_required/c_2006_6364_fr.pdf)

**13 décembre**

Dans le cadre d'une nouvelle série de procédures concernant des infractions possibles à la réglementation communautaire en matière de télécommunications, la Commission prend des mesures contre la France, la Pologne, la Slovaquie et la Lettonie.

@ : [www.europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/06/1798&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://www.europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/06/1798&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

**28 décembre**

Les Chambres fédérales avalisent l'accord de coopération du 17 novembre 2006 entre l'Etat fédéral, la Communauté flamande, la Communauté française et la Communauté germanophone, relatif à la consultation mutuelle lors de l'élaboration d'une législation en matière de réseaux de communications électroniques, lors de l'échange d'informations et lors de l'exercice des compétences en matière de réseaux de communications électroniques par les autorités de régulation en charge des télécommunications ou de la radiodiffusion et la télévision (*Moniteur belge* du 28 décembre 2006, éd. 3, pp. 75369 et suivantes).

@ : [www.moniteur.be](http://www.moniteur.be)

**15 février**

La Commissaire européenne Viviane Reding évoque, à l'occasion de la 20<sup>ème</sup> assemblée plénière du Groupe européen des régulateurs des télécommunications (ERG), la création d'une instance européenne unique comme l'une des deux options envisageables en vue de résoudre les déficiences du marché intérieur des télécommunications. Elle souligne par

# Actualité audiovisuelle

ailleurs dans son intervention l'importance cruciale de l'indépendance des autorités de régulation dans les secteurs de l'audiovisuel et des télécommunications.

@ : [europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/07/86&format=HTML&aged=0&language=EN](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/07/86&format=HTML&aged=0&language=EN)  
(discours de V. Reding)

@ : [erg.eu.int/doc/meeting/erg\\_20\\_plenary\\_debrief\\_present\\_chair\\_23\\_02\\_07.pdf](http://erg.eu.int/doc/meeting/erg_20_plenary_debrief_present_chair_23_02_07.pdf)  
(rapport de la 20<sup>ème</sup> assemblée de l'ERG)

26 février

La Commission lance une procédure d'infraction accélérée à l'encontre de l'Allemagne pour des amendements à la loi allemande sur les télécommunications qui viennent d'entrer en vigueur. Ces amendements, proposés par le gouvernement allemand au printemps 2006, abritent de la concurrence le réseau à haut débit (VDSL) de Deutsche Telekom AG, opérateur historique allemand. La « pause réglementaire » serait octroyée sans consultation de la Commission ni des autorités réglementaires des autres États membres, alors que cette consultation est obligatoire en vertu des règles communautaires en matière de télécommunications pour assurer une plus grande transparence et un meilleur fonctionnement du marché intérieur.

@ : [www.europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/237&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://www.europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/237&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

27 février

V. Reding et le Groupe des régulateurs européens rendent public leurs échanges de correspondance relatifs à la prochaine révision du cadre réglementaire européen des communications électroniques.

@ : [europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/07/87&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/07/87&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en)

5 mars

La commissaire européenne V. Reding évoque devant le European Government Business Relations Council les séparations structurelle, fonctionnelle et légale des industries en réseaux dont, particulièrement, les télécoms et le secteur de l'énergie.

@ : [ec.europa.eu/commission\\_barroso/reding/docs/speeches/brussels\\_20070305.pdf](http://ec.europa.eu/commission_barroso/reding/docs/speeches/brussels_20070305.pdf)

## Concurrence

18 janvier

Après examen et constat qu'il n'y aurait aucun chevauchement horizontal suite à la concentration, la Commission européenne autorise le projet d'acquisition de Sportfive Group, société française exerçant ses activités dans le domaine de la commercialisation des droits et du marketing sportifs, par Lagardère, autre société française.

@ : [europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/63&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/63&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

22 février

En application du règlement européen sur les concentrations, la Commission autorise le projet d'acquisition de ProSiebenSat.1, deuxième plus grand groupe allemand de télédiffusion, par les fonds de placement Permira dans les îles anglo-normandes et Kohlberg Kravis Roberts (KKR) aux États-Unis.

@ : [europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/229&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/229&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en)

26 février

La Commission européenne autorise le projet de rachat du câblo-opérateur Telenet par Liberty Global Europe (Pays-Bas), filiale de US Liberty Global Inc. (LGI), ainsi que le rachat qui y est étroitement lié d'UPC Belgium par Telenet. Elle a conclu que cette opération n'entraverait pas significativement une concurrence effective dans l'espace économique européen (EEE) ou une partie substantielle de celui-ci.

@ : [europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/248&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/248&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

## Aides d'Etat

24 janvier

La Commission européenne considère que les subventions accordées par l'Italie en 2006 en vue de promouvoir l'achat de décodeurs numériques ne sont pas contraires aux règles du traité de la Communauté européenne régissant les aides d'État. Ces subventions sont en effet proposées pour tous les décodeurs quel que soit le type de plateforme de

# Actualité audiovisuelle

transmission utilisé et sont dès lors neutres sur le plan technologique et proportionnées à l'objectif poursuivi qui était de promouvoir le passage à la télévision numérique et à l'interopérabilité. Il n'en va pas de même pour les subventions accordées en 2004 et 2005 qui excluaient la radiodiffusion télévisuelle par satellite.

@ : [europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/73&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/73&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

22 février

La Commission approuve un projet de financement public britannique pour le réseau à large bande NYNET du North Yorkshire, considérant que l'aide n'est pas susceptible d'entraîner une distorsion excessive de la concurrence au sein de l'UE et qu'elle est de ce fait compatible avec les règles communautaires applicables en matière d'aides d'État.

@ : [europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/225&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/225&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

7 mars

La Commission juge conforme aux règles européennes relatives aux aides d'État le financement, par l'État espagnol, du régime de préretraite et d'autres mesures de réduction d'effectifs appliqués à l'organisme public de radiodiffusion RTVE. Elle conclut que ce financement permettra à la nouvelle société RTVE de fournir un service public d'un meilleur rapport coût-efficacité et réduira par conséquent le niveau général de l'aide publique.

@ : [europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/291&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/291&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

## Pluralisme

16 janvier

La Commission dévoile son approche pour relancer le débat sur le pluralisme des médias au sein de l'Union européenne.

@ : [www.europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/52&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr](http://www.europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/52&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr)  
(communiqué)

@ : [ec.europa.eu/information\\_society/media\\_taskforce/doc/media\\_pluralism\\_swp\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/media_pluralism_swp_en.pdf)  
(document de travail)

@ : [ec.europa.eu/comm/avpolicy/info\\_centre/tenders/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/info_centre/tenders/index_en.htm)  
(appel d'offre pour la réalisation d'une étude indépendante)

@ : [ec.europa.eu/information\\_society/media\\_taskforce/pluralism/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/index_en.htm)  
(Media Task Force)

## Services de contenus audiovisuels

31 janvier

Le Comité des ministres du Conseil de l'Europe adopte trois textes relatifs au domaine des médias et de l'information : une déclaration sur la protection du rôle des médias dans les démocraties dans le contexte de la concentration des médias ; une recommandation sur le pluralisme des médias et la diversité du contenu des médias ; une recommandation sur la mission des médias de service public dans la société de l'information.

@ : [wcd.coe.int](http://wcd.coe.int)

6 février

La Commission européenne annonce que les principaux opérateurs européens de téléphonie mobile ont signé un accord sur la manière de protéger les mineurs utilisant des téléphones mobiles. Cet accord fait suite à la consultation publique lancée par la Commission sur ce thème. Les opérateurs de téléphonie mobile se sont engagés à élaborer des codes d'autorégulation d'ici février 2008, lesquels aborderont :

- le contrôle de l'accès aux contenus pour adultes ;
- les campagnes de sensibilisation des parents et des enfants ;
- la classification du contenu commercial selon des normes nationales de décence et de pertinence ;
- la lutte contre les contenus illicites diffusés par téléphonie mobile.

La Commission européenne vérifiera et évaluera leur efficacité après 12 mois.

@ : [europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/139&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/139&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr)

# Actualité audiovisuelle

7 février

En France, un décret rend obligatoire l'insertion de messages sanitaires dans les publicités alimentaires.

@ : [admi.net/jol/20070228/](http://admi.net/jol/20070228/)

8 février

Selon le Centre d'information sur les médias (CIM), les annonceurs ont investi plus de 2,8 milliards d'euros dans la publicité dans les grands médias en 2006. La télévision arrive en tête des médias ayant bénéficié des investissements publicitaires avec 34,4%, suivi des quotidiens (24,5%), de la radio (11,4%), des magazines (10%), de l'affichage (7,9%), des toutes-boîtes (6,1%), des télévisions locales et thématiques (3%), d'internet (1,6%) et du cinéma (1%).

@ : [www.cim.bel](http://www.cim.bel)

9 mars

La Commission dévoile la version consolidée du projet de révision de la directive « Télévision sans frontières ». Son adoption est prévue dans la troisième semaine de mars.

@ : [ec.europa.eu/comml/avpolicy/reg/tvuf/modernisation/proposal\\_2005/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/comml/avpolicy/reg/tvuf/modernisation/proposal_2005/index_en.htm)  
(communiqué)

@ : [ec.europa.eu/comml/avpolicy/docs/reg/modernisation/proposal\\_2005/avmsd\\_cons\\_amend\\_0307\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/comml/avpolicy/docs/reg/modernisation/proposal_2005/avmsd_cons_amend_0307_en.pdf)  
(version consolidée)

## Divers

5 janvier

La Fédération internationale des journalistes (FIJ), Reporters sans frontières (RSF) et l'Institut pour la sécurité dans le journalisme (INSI) publient leur bilan de l'année 2006.

@ : [www.agjpb.be/ajp/articles/libertepresse2006.php](http://www.agjpb.be/ajp/articles/libertepresse2006.php)

24 janvier

Michel Boyon est nommé président du Conseil supérieur de l'audiovisuel français (CSA). Il succède à Dominique Baudis dont le mandat de six ans est arrivé à terme.

@ : [www.csa.fr](http://www.csa.fr)

30 janvier

Le Centre du cinéma et de l'audiovisuel de la Communauté française présente le bilan 2006 de la production, de la promotion et de la diffusion cinématographiques et audiovisuelles.

@ : [www.cfwb.be/av/](http://www.cfwb.be/av/)

17 février

L'AJP procède au renouvellement de son conseil de direction. La présidence reste assurée par Marc Chamut. Maroun Labaki en devient vice-président.

@ : [www.agjpb.be/ajp/](http://www.agjpb.be/ajp/)

28 février

L'Observatoire du récit médiatique (ORM) de l'Université catholique de Louvain (UCL) et le Groupe de travail « Sciences de la communication » de l'Université de Gand réalisent à la demande du Centre pour l'égalité des chances et de l'AGJPB une étude sur la représentation des minorités ethniques dans les médias belges.

@ : [www.agjpb.be/ajp/articles/forum280207b.php](http://www.agjpb.be/ajp/articles/forum280207b.php)

7 mars

Les organisations de consommateurs publient leur mémorandum en vue des prochaines élections fédérales. Elles plaident pour une meilleure application des législations existantes en matière de protection des consommateurs et pour une réorientation plus volontariste des modes de consommation. A ce titre, elles demandent, d'une part, un renforcement significatif des contrôles en matière de respect des législations, la poursuite des contrevenants et l'introduction de sanctions réellement dissuasives et, d'autre part, un encadrement strict de la corégulation.

@ : [www.oivo-crioc.org/FR/doc/communiqués/organisationconsommateurs/document-2032.html](http://www.oivo-crioc.org/FR/doc/communiqués/organisationconsommateurs/document-2032.html)

# Actualité du CSA

9 janvier

## Audition au Parlement de la Communauté française

Evelyne Lentzen, Présidente du CSA, a été auditionnée par la Commission de la Culture et de l'Audiovisuel du Parlement de la Communauté française au sujet des rapports d'activités 2004 et 2005 du CSA.

Evelyne Lentzen a également abordé les questions liées à l'actualité du secteur audiovisuel et à l'évolution de l'exercice de la régulation, à la veille du dixième anniversaire du CSA.

@ : [www.csa.be/documents/show/560](http://www.csa.be/documents/show/560)

@ : [www.csa.be/documents/show/561](http://www.csa.be/documents/show/561)

10 janvier

## Autorisation de la webradio Tuner Top 2006

Le CSA a autorisé l'asbl Tuner Factory à éditer, en recourant à d'autres moyens de diffusion que la voie hertzienne terrestre analogique, le service de radiodiffusion sonore « Top 2006 », à compter du 10 janvier 2007 pour une durée de neuf ans. Cette autorisation est la première délivrée pour un service de radiodiffusion sonore diffusant exclusivement sur internet.

@ : [www.csa.be/documents/show/555](http://www.csa.be/documents/show/555)

16 janvier

## Collège d'avis - Règlement relatif aux programmes de radio et de télévision en période électorale

Le Collège d'avis a adopté un règlement relatif aux programmes de radio et de télévision en période électorale qui s'appliquera désormais à tout type d'élection. Le règlement intègre des dispositions qui s'inspirent des derniers travaux du CSA. Il recommande ainsi l'accès des publics vulnérables aux programmes électoraux et prend en compte la question de la diversité des genres, des origines et des cultures. Des dispositions relatives à la publicité, à la communication des dispositifs électoraux et à la représentation des listes dans les débats ont été précisées suite aux questions posées ou aux pratiques observées au cours de la dernière campagne électorale.

Le règlement s'adresse à tous les éditeurs de radio et de télévision, qu'ils diffusent ou non des émissions électorales.

@ : [www.csa.be/documents/show/557](http://www.csa.be/documents/show/557)

16 janvier

## Collège d'avis - Règlement/Code d'éthique de la publicité audiovisuelle à destination des enfants

Le Collège d'avis a adopté un nouveau code d'éthique de la publicité télévisuelle à destination des enfants. L'ancien code, qui datait du 10 juillet 2002, a été aménagé et actualisé, d'une part, en regard des modifications décrets intervenues depuis et, d'autre part, en fonction de préoccupations nouvelles des acteurs médiatiques.

Les nouvelles dispositions du règlement visent à préserver les enfants de certains effets psychologiques de la communication publicitaire tels ceux liés aux représentations de poses ou d'attitudes à caractère sexuel d'enfants ou consécutifs à des injonctions exagérément pressantes. Elles rappellent également pour certains contenus ou pratiques publicitaires (personnages, jeu, parrainage) l'importance du principe de la séparation entre publicité et programmes juste avant ou juste après les émissions pour enfants. Elles préconisent autour de celles-ci une zone tampon de 5 minutes pour des communications publicitaires spécifiques dont l'objet n'est pas destiné aux enfants de moins de 12 ans.

Le Collège a refusé de procéder à la transposition du code en règlement. Le code adopté n'a donc pas de valeur contraignante. Il a toutefois été débattu et adopté par les acteurs concernés.

@ : [www.csa.be/documents/show/558](http://www.csa.be/documents/show/558)

17 janvier

## Projet de décision « marché 18 »

Après examen, le Collège d'autorisation et de contrôle a approuvé dans le cadre du processus de régulation du marché de la livraison audiovisuelle en ligne en Communauté française de Belgique :

- le projet de décision relative aux marchés de la livraison audiovisuelle en ligne par câble coaxial de couverture locale ;
- le projet de décision relative au marché de la livraison audiovisuelle en ligne par xSDL sur paire de cuivre de couverture régionale ;

# Actualité du CSA

- le projet de décision relative au marché de la livraison audiovisuelle en ligne par voie hertzienne fixe de couverture communautaire.

Ces trois projets de décision ont été notifiés à la Commission européenne, en application de la procédure prévue à l'article 7 de la directive 2002/21/CE « Cadre », sous le numéro BE/2007/0578. Ils ont été soumis à une consultation publique du 19 janvier au 19 Mars 2007.

@ : [www.csa.be/consultations/show/6](http://www.csa.be/consultations/show/6)

18 janvier

## Nouveau site web pour le CSA

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a lancé une nouvelle version de son site internet. L'objectif de la refonte est avant tout d'offrir un meilleur accès du public aux documents produits par le CSA, au travers d'une réorganisation de l'arborescence. Le nouveau site, basé sur une solution technique dynamique et composée de logiciels libres, permettra des accès multiples à l'information : types de documents, arbre thématique, moteur de recherche, etc.

La lettre d'information électronique du CSA évolue également : elle reprendra désormais les brèves parallèlement accessibles sur le site.

@ : [www.csa.be](http://www.csa.be)

18 janvier

## Conférence « Mobile TV and IP TV »

Le CSA a participé à la conférence « Mobile TV and IP TV : Key regulatory issues for new audiovisual platforms » organisée par Cullen International.

@ : [www.cullen-international.com/documents/cullen/cipublic/mobiletv\\_ip\\_tv.cfm](http://www.cullen-international.com/documents/cullen/cipublic/mobiletv_ip_tv.cfm)

30 janvier

## Réunion de travail des régulateurs belges

Une première réunion de travail préparatoire à la mise en œuvre de la Conférence des régulateurs des communications électroniques (CRC) rassemble le CSA, le Medienrat, le VRM et l'IBPT au siège du régulateur fédéral.

14 février

## Autorisations de Radio Pasa et de Radio Si

Le CSA a autorisé la sprl Pasa et l'asbl Radio Si à éditer respectivement les services de radiodiffusion sonore « Radio Pasa » et « Radio Si ». Ces autorisations sont valables pour une durée de neuf ans. Elles ne concernent que la diffusion par d'autres moyens que la voie hertzienne terrestre analogique.

@ : [www.csa.be/documents/show/606](http://www.csa.be/documents/show/606)

@ : [www.csa.be/documents/show/607](http://www.csa.be/documents/show/607)

14 février

## Contrôle de la réalisation de l'obligation de Télé Bruxelles en matière de composition de son conseil d'administration

En continuité des avis n°30/2006 du 30 août 2006 et n°40/2006 du 13 décembre 2006, le Collège d'autorisation et de contrôle a procédé au contrôle de la réalisation de l'obligation de Télé Bruxelles afin de vérifier si son conseil d'administration est constitué conformément à l'article 70 §1<sup>er</sup> du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion. Il a constaté que malgré un renouvellement des instances intervenu le 2 février 2007, le conseil d'administration de l'éditeur n'est toujours pas légalement constitué : sur 19 administrateurs, 10 sont déclarés titulaires d'un mandat politique au sens de l'article 1<sup>er</sup> du décret du 5 avril 1993 relatif à la dépolitisation des structures des organismes culturels. Les secteurs associatif et culturel n'y sont pas représentés pour au moins la moitié des membres.

Le Collège a observé que cette obligation aurait dû être rencontrée dans les quatre mois qui suivaient les dernières élections régionales, soit en octobre 2004 et qu'à deux reprises déjà l'éditeur n'a pas pris, ainsi que le lui demandait le Collège, les mesures destinées à garantir l'application de cette obligation.

En conséquence, le Collège a transmis copie de cet avis au secrétaire d'instruction du Conseil supérieur de l'audiovisuel aux fins d'instruction.

@ : [www.csa.be/system/document/nom/608/CAC\\_Avis\\_20070214\\_avis\\_TLB\\_controle\\_2005\\_ter.pdf](http://www.csa.be/system/document/nom/608/CAC_Avis_20070214_avis_TLB_controle_2005_ter.pdf)  
(avis 40/2006)

@ : [www.csa.be/system/document/nom/138/CAC\\_Avis\\_20060830\\_TeleBruxelles\\_controle\\_2005.pdf](http://www.csa.be/system/document/nom/138/CAC_Avis_20060830_TeleBruxelles_controle_2005.pdf)  
(avis 30/2006)

@ : [www.csa.be/system/document/nom/138/CAC\\_Avis\\_20060830\\_TeleBruxelles\\_controle\\_2005.pdf](http://www.csa.be/system/document/nom/138/CAC_Avis_20060830_TeleBruxelles_controle_2005.pdf)  
(avis 30/2006)

## Actualité du CSA

**16 février****Séminaire fermé sur la régulation des réseaux**

Le CSA a organisé un séminaire consacré à la « Régulation des réseaux de radiodiffusion, avec et sans fil », qui avait pour objectif de discuter les aspects et enjeux pratiques des problèmes de régulation identifiés par le CSA, tant sur le volet « libéralisation » (concurrence des réseaux de transmission) que sur le volet « harmonisation » (service universel de distribution audiovisuelle).

Ce séminaire réunissait des experts scientifiques, des autorités de régulation, les acteurs du marché de la livraison audiovisuelle en ligne (fournisseurs et utilisateurs) en Communauté française et les membres du Collège d'autorisation et de contrôle du CSA.

**7 et 8 mars****Colloque « Le désir de diversité culturelle »**

A l'occasion de son cinquantième anniversaire, la Médiathèque de la Communauté française de Belgique a organisé un colloque sur la diversité culturelle. A la veille de l'entrée en vigueur de la Convention de l'UNESCO, ce colloque fut l'occasion de faire le point, entre autres, sur des phénomènes comme l'émergence de coalitions internationales en faveur de la diversité, de marchandisation de la culture et d'éducation aux pratiques culturelles. Les exposés de figures de référence dans ces domaines (les sociologues Armand Mattelart et Bernard Lahire, le philosophe Bernard Stiegler) ont alterné avec les tables rondes thématiques, dont un débat sur la diversité dans les médias à laquelle le CSA a pris part.

@ : [www.mediatheque.be](http://www.mediatheque.be)

**8 mars****Conférence « Women in Media »**

Le CSA a participé à la conférence « The future is female » organisée à l'occasion de la Journée internationale de la femme par l'association « Women in Media » à l'Université de Sussex. L'évolution et les caractéristiques de la carrière des femmes, notamment de l'ex-directrice des programmes enfants de la BBC, l'avantage de la diversité et l'expérience de carrières de femmes dans les médias interactifs, l'animation et même les jeux vidéos ont été autant de questions abordées par les différents professionnels et experts présents.

@ : [www.womeninmedia.co.uk/](http://www.womeninmedia.co.uk/)

**16 mars****Publication - « Les publicitaires savent pourquoi. Les jeunes, cibles des publicités pour l'alcool »**

Média Animation publie un nouveau numéro dans sa collection « Les dossiers de l'éducation aux médias » auquel a participé le CSA : « Les publicitaires savent pourquoi. Les jeunes, cibles des publicités pour l'alcool ». Ce dossier constitue un outil de sensibilisation aux stratégies marketing utilisées par les alcooliers (producteurs de boissons alcoolisées) pour cibler les jeunes en particulier, et qui contribuent à l'évolution de leur comportement face à la consommation d'alcool (rajeunissement et féminisation de la consommation, « binge drinking » - tendance à boire jusqu'à l'ivresse -). La contribution du CSA à ce dossier vise « La publicité pour l'alcool en Communauté française ».

@ : [www.media-animation.be](http://www.media-animation.be)

## De la protection morale de l'enfant consommateur à la protection éditoriale du jeune spectateur



**Récemment, le Collège d'avis du CSA a réexaminé le code d'éthique de la publicité audiovisuelle à destination des enfants. L'ancienne mouture, qui datait de 2002, a ainsi été aménagée et actualisée en regard des modifications décrétales intervenues en 2003 et de préoccupations nouvelles des différents acteurs médiatiques. Des préoccupations nouvelles fonction de changements de société, mais aussi d'une autre façon de concevoir la protection et la consommation télévisuelles des enfants...**

L'histoire de la publicité est traversée de prises de positions tranchées entre tenants et opposants de la technique commerciale : « d'un côté les professionnels (...) vantent ses effets bénéfiques ; de l'autre, les chercheurs et universitaires (...) mettent fortement l'accent sur les risques de manipulation »<sup>1</sup>. Indépendamment des points de vue en présence, les uns et les autres

reconnaissent généralement que les messages destinés à susciter l'adhésion du consommateur jouent également un rôle dans la construction, la diffusion et la perception des valeurs de société et des stéréotypes. A ce titre, ils peuvent aussi influencer les attitudes et les comportements des enfants par le biais des processus de projection et d'identification<sup>2</sup>.

L'ancien code d'éthique de la publicité audiovisuelle à destination des enfants, approuvé en 2002<sup>3</sup> par le Collège de la publicité du CSA et inspiré pour l'essentiel du Code international des pratiques loyales en matière de publicité de la Chambre de commerce internationale (1997), rencontrait ce problème particulier dans le champ de la publicité radiodiffusée. Ainsi, il centrait la majeure partie de ses dispositions autour de contenus ou d'attitudes spécifiques susceptibles de conduire, par imitation, modélisation ou conformisme, à d'éventuels effets négatifs chez les enfants. Il visait par exemple les publicités pour les jouets imitant les armes à feu, les produits ou services vendus à distance, les boissons contenant de l'alcool ou les films classés en salle « enfants non admis », ou prenait en compte la tromperie sur les performances du produit ou sur le degré d'habileté nécessaire, le manque de réalisme dans l'exposé des possibilités du produit, la mise en avant d'un avantage social, physique, psychologique, le discrédit de l'autorité parentale... Le code assurait ainsi la protection — en ce compris la protection « morale » — du consommateur particulier et fragile qu'est l'enfant.

Début 2007, invité par le Gouvernement de la Communauté française à actualiser le texte, le Collège d'avis a retenu ces dispositions et les a prolongées par quelques sujets de préoccupation contemporains. Tel qu'amendé<sup>4</sup>, le code d'éthique traite désormais des représentations de poses ou d'attitudes à caractère sexuel d'enfants, des injonctions exagérément pressantes ou encore des communications publicitaires pour les confiseries qui doivent être assorties d'un avertissement visible indicatif de l'incidence du produit sur la santé.

Cette dernière disposition, qui figurait dans le contrat de gestion de la RTBF du 11 octobre 2001<sup>5</sup>, rencontre pour partie les questions de santé liées aux relations entre obésité et consommation télévisuelle. Des questions aujourd'hui en débat dans de nombreux pays européens, comme en France où un décret rend obligatoire l'insertion de messages sanitaires dans les publicités alimentaires<sup>6</sup>,

<sup>1</sup> R. RIEFFEL, *Sociologie des médias*, Paris, Ellipses, 2001, p. 57.

<sup>2</sup> Cfr notamment J.-N. KAPFERER, *L'enfant et la publicité : les chemins de la séduction*, Paris, Bordas, 1985 ; J. SULTAN et J.-P. SATRE, *Les enfants et la publicité télévisée*, Fribourg, INRP/DelVal, 1988 ; M. CHAILLEY, « Image-écran /réel... décryptage d'images, ou "ce qu'on voit peut-il se passer vraiment" ? », in *Revue française de pédagogie*, n°128, p. 55-62 ; M. DAGNAUD, *Enfants, consommation et publicité télévisée*, Paris, La documentation française, 2005.

<sup>3</sup> [http://www.csa.be/system/document/nom/468/CP\\_Avis\\_20020710\\_code\\_ethique\\_publicite\\_enfants.pdf](http://www.csa.be/system/document/nom/468/CP_Avis_20020710_code_ethique_publicite_enfants.pdf).

<sup>4</sup> [http://www.csa.be/system/document/nom/558/CAV\\_20070116\\_AVIS\\_CODEETHIQUEPUBENFANT.pdf](http://www.csa.be/system/document/nom/558/CAV_20070116_AVIS_CODEETHIQUEPUBENFANT.pdf).

<sup>5</sup> Art. 29, 7° : « La publicité commerciale : (...) b) pour les confiseries contenant du sucre est autorisée moyennant l'insertion d'un avertissement, sous quelque forme que ce soit, indiquant l'incidence de ce type de produit sur la santé ».

<sup>6</sup> Ce décret a été publié au Journal officiel le 28 février 2007. On notera également qu'en 2003 le Bureau de vérification de la publicité a émis une série de recommandations en matière de publicité pour produits alimentaires : [http://www.lalliance.fr/xmedia/atelier\\_BVP/docs/BVP\\_enfant.pdf](http://www.lalliance.fr/xmedia/atelier_BVP/docs/BVP_enfant.pdf).

# Actualité du CSA

ou en Grande-Bretagne où l'OFCOM a pris la décision d'interdire toute publicité en faveur de produits riches en graisse, sel et sucre avant, pendant et après l'ensemble des émissions qui présentent un attrait pour les mineurs<sup>7</sup>. Le Collège n'a toutefois pas souhaité étendre les dispositions du code sur ce point, préférant repousser leur examen à une réflexion ultérieure.

La révision du code d'éthique ne s'est toutefois pas arrêtée à la question de la protection de l'enfant consommateur. Le Collège y a intégré une approche davantage « médiatique » en prenant en compte langage et public audiovisuels dans l'impact de la communication publicitaire. L'objet du code se déplace ainsi du contenu du message publicitaire et de ses effets supposés aux formes d'expression et aux conditions de lecture pensées du point de vue des capacités cognitives de l'enfant.

## Eviter la confusion entre programmes et publicité



Nombreux sont les scientifiques qui ont très tôt constaté la difficulté qu'ont les enfants, surtout les plus jeunes, à distinguer publicité et programmes. Ils ne discernent pas, ou mal, la différence entre publicité et programmes, notamment parce qu'ils n'en perçoivent pas l'argumentation et la persuasion. En réponse à ce problème à la fois perceptif et cognitif, le nouveau code décline de manière spécifique, à l'intention du public enfant, le principe de la séparation entre publicité et programmes prévue de manière générale dans le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion. Le principe est

d'autant plus important que des complicités s'installent régulièrement entre publicité et programme, par exemple lorsque les publicités mettent en scène des produits proches des programmes autour desquels elles sont insérées. Certains règlements accordent une attention particulière à ces éventuelles confusions. Au Canada, la loi sur la protection du consommateur dissuade le recours à des enfants, des personnages fictifs, des schémas narratifs de type « mystère » ou « aventure » dans la mise en scène<sup>8</sup>. Sans aller jusque là, le Collège d'avis a néanmoins retenu la formule : la publicité pour des produits destinés à des cibles enfantines susceptibles d'accroître la confusion entre programmes et publicité a fait l'objet de certaines restrictions. Les dispositions visent à préserver l'environnement immédiat des programmes pour enfants de la communication publicitaire qui présente une forme ou un contenu qui leur est similaire : publicité avec jeu, utilisation de personnages médiatiques réels ou fictifs, confusion entre le nom du parrain et celui du programme.

Cette réponse de nature éditoriale ne pouvait faire l'économie d'une réflexion sur la règle dite des cinq minutes. Cette règle qui s'applique à la RTBF depuis 2003<sup>9</sup> vise à créer un espace télévisé de confiance pour les parents qui peuvent laisser leurs enfants regarder seuls des programmes qui leur sont destinés, libres de pression commerciale. Elle a suscité de nombreux débats en 2006 lors du renouvellement du contrat de gestion de la RTBF<sup>10</sup>, dans lequel elle a, en définitive, été maintenue. Ainsi que le notait déjà W. Thijs<sup>11</sup>, les détracteurs de la formule retiennent habituellement que la règle ne s'applique pas aux chaînes étrangères, ce qui, en plus de rendre son usage inutile, fausse la concurrence. Ils soulignent aussi que l'environnement publicitaire dépasse largement le cadre télévisuel et que la consommation télévisuelle des enfants ne s'arrête pas aux programmes qui leur sont destinés.

Cl. Pécheux, qui s'était penchée en 2001 sur l'effet modérateur de l'implication et de l'humeur des enfants de 8 à 11 ans sur le traitement et l'efficacité publicitaire<sup>12</sup>, relevait à ce propos qu'« une annonce est tout aussi efficace qu'elle soit insérée dans un programme destiné aux enfants ou dans un

<sup>7</sup> « New restrictions on the Television Advertising of Food and Drink Products to Children », [http://www.ofcom.org.uk/media/news/2006/11/nr\\_20061117](http://www.ofcom.org.uk/media/news/2006/11/nr_20061117). On notera par ailleurs que la Chambre internationale de commerce a également adopté des dispositions en la matière en octobre 2006 (ICC Framework for responsible food and beverage marketing communication).

<sup>8</sup> [http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P\\_40\\_1/P40\\_1.html](http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P_40_1/P40_1.html).

<sup>9</sup> Cfr l'art. 29, 6° du contrat de gestion 2001 de la RTBF : « Les écrans publicitaires et de parrainage sont interdits de diffusion durant une période de cinq minutes qui précède et qui suit une émission spécifiquement destinée aux enfants. Cette disposition n'est d'application qu'à partir de l'année 2003 ».

<sup>10</sup> Le contrat de gestion est arrêté le 13 octobre 2006.

<sup>11</sup> W. THIJS, *Kinderen en TV-Reclame in Vlaanderen : een overzicht en evaluatie van de regelgeving*, Gand, Universiteit Gent, mémoire de licence, 2004-2005. ID., « Sens ou non-sens de l'interdiction de la publicité autour des programmes pour enfants », in *Régulation*, n°26, 2006.

<sup>12</sup> Cl. PECHÉUX, *Les réactions d'enfants de 8 à 11 ans à la publicité télévisée : étude de l'effet modérateur de l'implication et de l'humeur de l'enfant sur le traitement et l'efficacité publicitaire*, Mons, FUCaM, thèse de doctorat, 2001.

# Actualité du CSA

programme à caractère plus familial » et que, dès lors, « la position consistant à interdire la publicité autour des programmes pour enfants a du sens si on réfère au fait qu'une confusion entre programmes et publicités est possible »<sup>13</sup>. Elle notait par ailleurs que les enfants « basent leur évaluation d'une annonce particulière sur les éléments exécutifs de cette annonce (l'action, ce qu'on y montre, la musique, etc.) (...) ». Pour conclure, que « dans une optique de réglementation, se pencher sur des éléments exécutifs trop « forts » parce qu'ils conduiraient à une forte réaction affective positive et donc à une évaluation positive de la marque et à une intention de demande de cette marque est certainement une voie de recherche en ce qui concerne le contrôle du contenu publicitaire »<sup>14</sup>. Autrement dit, la règle prend son sens dans une approche de type médiatique.

## Définir les programmes pour enfants

S'inscrivant dans cette optique, le Collège d'avis a entériné dans le code le besoin d'une zone tampon de 5 minutes avant et après les programmes pour enfants pour les produits qui demandent explicitement ou implicitement un accompagnement parental pour être décodés : jeux et jouets soumis à restrictions, logos, sonneries et chats autres que ceux destinés aux enfants de moins de 12 ans, autopromotion et bandes-annonces soumises à la signalétique...

Pour l'application de cette règle et des autres dispositions éditoriales, la notion de « programme pour enfants » gagnait à être définie afin d'éviter les problèmes d'interprétation. Dans son préambule, le code 2002 définissait les enfants via leur âge : les émissions pour enfants étaient des « émissions qui, de l'avis du radiodiffuseur, sont destinées à un auditoire d'auditeurs ou de téléspectateurs âgés de moins de 12 ans ». Tel que révisé, le code adopte une approche par critères croisés adaptés à la fois au contexte de diffusion, au public visé et à l'intention de l'éditeur, plus souple qu'une approche simple, par contenu par exemple, qui resterait a fortiori réductrice. Le Collège d'avis a donc intégré à la définition des indicateurs tels les horaires de diffusion, le genre, le contenu du programme, l'habillage du service, la présentation sur antenne et l'appellation du programme, qui s'inspiraient de la jurisprudence du Collège d'autorisation et de contrôle<sup>15</sup>.

Sans aller aussi loin que ne le souhaitaient très certainement les représentants des consommateurs, le « nouveau code » se distingue donc par quelques avancées qui témoignent d'une relative maturation des éditeurs et représentants du monde publicitaire sur la question des relations entre publicité et enfants. Certes, les pessimistes retiendront que ces dispositions ne contraignent toujours pas les éditeurs. Le Collège d'avis a d'ailleurs refusé, comme cela lui était proposé et comme le décret le prévoit en son article 132 §1<sup>er</sup> 5<sup>o</sup>, de lui donner force obligatoire. Néanmoins, sa discussion et son adoption par des acteurs représentatifs du secteur lui donnent une certaine valeur de référence, à l'instar de l'ensemble des avis remis par ce Collège. A cette exception notoire que dans cas-ci, la RTBF, en vertu de son nouveau contrat de gestion, est tenue de respecter le code dans son intégralité<sup>16</sup>. Sans interagir directement sur les autres éditeurs, l'obligation du service public confère ainsi au code davantage de crédit. Et lui assure un cadre de référence qui, à l'avenir, devrait sans doute faire progresser les pratiques.



**Muriel HANOT**  
Conseillère au CSA

<sup>13</sup> ID., *La publicité télévisée et les enfants : quelques résultats marquants de cinq années de recherches, note remise dans le cadre de la réflexion menée sur les relations entre publicité et enfance par le Collège la publicité du CSA, 2001*

<sup>14</sup> Ibid.

<sup>15</sup> Ainsi, dans une décision du 14 juillet 2004 : « Pour le Collège d'autorisation et de contrôle, la qualification de « programmes pour enfants » des dessins animés diffusés sur le service Club RTL, les 24 mars et 16 avril 2004 notamment, ressort des déclarations de l'éditeur sur l'objectif poursuivi par ce qu'il qualifie d'« habillage » du service pendant les tranches horaires concernées, ainsi que de sa présentation sur antenne et de son appellation (« Kid's club »). Les horaires de diffusion (le matin et l'après-midi), le genre et le contenu des programmes diffusés (dessins animés tels que Dragon Ball ou Pokémon nettement à destination principalement des enfants) complètent le faisceau d'indices justifiant cette qualification ».

<sup>16</sup> Art. 56, 1<sup>o</sup>. « Pour ses services de médias audiovisuels linéaires de radio et de télévision, sans préjudice des dispositions décrétales, la RTBF doit respecter les règles particulières suivantes : (...) la communication publicitaire doit respecter les codes d'éthique énoncés par le Conseil supérieur de l'audiovisuel ».

## Actualité du CSA

## Vers une meilleure accessibilité des programmes



*Le sous-titrage des programmes peut bénéficier à de très nombreux publics, parmi lesquels les personnes âgées.*

**Les programmes de télévision constituent un facteur d'intégration et un ciment social. Regarder la télévision constitue une manière de s'intégrer dans la société, c'est pourquoi il est important que nul ne soit exclu de cet espace public. Cette question de l'inclusion sociale est d'autant plus cruciale pour les personnes qui présentent un handicap sensoriel, et pour qui la communication avec autrui est un parcours semé d'obstacles. Le 7 novembre dernier, le Collège d'avis du CSA adoptait un avis relatif à l'accessibilité des services de radiodiffusion en Communauté française aux publics vulnérables. Il s'agissait d'une première.**

Depuis de nombreuses années, la télévision a recours à diverses solutions pour rendre accessibles ses programmes de télévision aux publics déficients sensoriels. Il s'agit bien entendu du sous-titrage et de la traduction gestuelle en langue des signes à destination des personnes sourdes et malentendantes. Mais il existe d'autres techniques, moins répandues, qui rendent la télévision mieux accessible, notamment aux personnes aveugles et malvoyantes (voir encadré).

### La situation de la Communauté française

En Communauté française, 750 heures de programmes par an sont rendues accessibles aux personnes sourdes et malentendantes par le biais du sous-titrage et de la traduction en langue des signes, tous éditeurs confondus.

Un premier constat s'impose : il s'agit de chiffres particulièrement bas, à l'heure où nos voisins se fixent des objectifs ambitieux en la matière. En France, une loi votée en 2005 requiert que les programmes des services hertziens de télévision totalisant plus de 2,5% d'audience moyenne annuelle fassent l'objet d'un sous-titrage complet à l'horizon 2010, les autres services étant soumis à un minimum de 10%. Le Royaume-Uni prévoit pour les services de télévision publique un objectif de 80% à 100% de programmes adaptés, et pour les services privés un mécanisme de seuils de programmes adaptés en fonction du chiffre d'affaires. A côté de ces grands marchés audiovisuels, la Flandre a inscrit dans le contrat de gestion de la VRT un objectif de 95% de sous-titrages pour les programmes en néerlandais à l'horizon 2010.

En Communauté française, la seule disposition légale imposant l'accessibilité des programmes est reprise dans le contrat de gestion de la RTBF. Le contrat 2007-2011 prévoit la diffusion de 1.000 heures de programmes sous-titrés à l'horizon 2011, ainsi que la traduction gestuelle du journal de début de soirée et du journal pour enfants, soit approximativement 25 à 30% du total des programmes. Le JT doit être diffusé en début de soirée, mais pourra être diffusé en différé une fois qu'il sera également disponible en version non linéaire via une plate-forme numérique appropriée.

La traduction gestuelle en langue des signes du journal télévisé est une spécialité de la RTBF. En Europe, peu de chaînes ont recours à un volume aussi significatif de programmes « signés ». Ceci est probablement dû au fait que le sous-titrage peut bénéficier à un public plus large que la langue des signes, pratiquée en Communauté française par quelques dizaines de milliers de personnes tout au plus. La traduction gestuelle est en général plutôt réservée aux programmes pour enfants, qui ne savent pas encore lire. Chez nous, cette présence de la langue des signes est cohérente par rapport à la reconnaissance officielle de cette langue par la Communauté française en 2004. Elle est également conforme au souhait des associations représentatives des personnes sourdes, qui soutiennent la

<sup>1</sup> L'accessibilité des services de radiodiffusion en Communauté française aux publics vulnérables, [http://www.csa.be/system/document/hom/551/CAV\\_Avis\\_20061107\\_accessibilite.pdf](http://www.csa.be/system/document/hom/551/CAV_Avis_20061107_accessibilite.pdf).

# Actualité du CSA

langue des signes en tant que langue maternelle et, par là, vecteur d'une véritable « culture sourde », alors que la langue écrite fait figure de seconde langue pour les personnes sourdes de naissance.

Qu'en est-il des télévisions locales et des éditeurs privés? Certaines télévisions locales, comme Télé Bruxelles ou TV Lux, ont pris l'initiative de proposer, respectivement, l'une le sous-titrage par télétexte de certaines séquences de son JT, l'autre un rendez-vous hebdomadaire d'information doublé en langue des signes.

Quant au secteur privé, faute de contrainte, il ne perçoit pas encore l'opportunité d'adapter certains de ses programmes. Pourtant, le sous-titrage est susceptible de bénéficier à un public beaucoup plus vaste que les simples personnes sourdes et malentendantes. Certains argumentent que 30% de la population peut en bénéficier à des degrés divers : personnes âgées, personnes qui ne maîtrisent pas bien le français, personnes qui regardent la télévision dans un environnement bruyant, etc. A l'heure où un éditeur comme TF1 est engagé dans la voie du sous-titrage intégral de ses programmes, comment les principales chaînes privées de Communauté française pourraient-elles encore ignorer l'avantage concurrentiel qu'un tel service représente ?

Le Collège d'avis recommande au Gouvernement de prendre diverses mesures pour fixer aux opérateurs des objectifs minimums en matière de sous-titrage. Ces objectifs chiffrés doivent bien entendu être adaptés aux moyens de chacun, compte tenu de la taille relativement réduite de l'audience en Communauté française.

Mais cette situation résulte aussi, sans doute en partie, de l'émiettement des compétences et des budgets en matière d'intégration des personnes handicapées. Cette matière ressort, en Belgique, de quatre niveaux de pouvoirs : Etat fédéral (égalité des chances), Région wallonne (santé, intégration et aide matérielle), Communauté française (matières culturelles, radiodiffusion, santé) et provinces (aide aux personnes). C'est pourquoi le Collège recommande au Gouvernement d'initier une coopération entre ces différentes composantes de l'Etat. De tels moyens, recommande le Collège, devraient être affectés en priorité à l'aide à la production de programmes adaptés, au suivi de l'évolution du volume et de la qualité de ces programmes, ou encore à la sensibilisation des professions de l'audiovisuel à ces techniques. Enfin, le Collège recommande pour ces initiatives un système de cofinancement public-privé comparable aux « matching funds » fréquents en matière d'aides à la production audiovisuelle.



## Le numérique : menaces et opportunités

Avec la transition numérique, c'est une vague d'améliorations potentielles qui se profile en matière d'accessibilité. Les normes de radiodiffusion numérique ont intégré les dispositions nécessaires pour améliorer les techniques permettant l'accès des programmes aux personnes sourdes et malentendantes et aux personnes aveugles.

Ainsi, pour les sourds et malentendants, la nouvelle norme DVB Subtitling permettra une grande flexibilité dans le rendu des sous-titrages : polices de caractères, couleurs, mouvements, images pourront être mis au service d'une meilleure compréhension du programme par les personnes déficientes auditives. Par exemple, pour mieux rendre la sonnerie d'un téléphone, ou une action hors-champ.

En matière de traduction gestuelle, le positionnement du médaillon proposant le doublage en langue des signes peut être paramétré. Le médaillon lui-même peut être affiché ou masqué.

Pour les personnes aveugles, la technique de l'audio-description est facilitée : cette bande-son additionnelle de description de l'action, qui se superpose à la bande son originale du film, est potentiellement activable et désactivable à volonté, à l'instar des possibilités offertes par les DVD actuels en matière de choix d'une bande-son.

Mais l'un des principaux avantages de la diffusion numérique est la possibilité d'enregistrer les sous-titres. En effet, l'analogique ne permettait l'enregistrement du télétexte qu'au moyen de systèmes coûteux et lourds. Telenet en Flandre, et bientôt Belgacom TV, proposent des décodeurs avec disque dur intégré qui permettent l'enregistrement des programmes accompagnés de leur sous-titrage.

# Actualité du CSA

Cependant, si l'on n'y prend garde, la transition numérique ne tiendra pas ces belles promesses et laissera la confusion s'installer. En effet, tout d'abord, la norme DVB Subtitling fait face à une norme concurrente, le DVB Teletext, qui constitue une émulation numérique du télétexte analogique traditionnel, moins riche mais qui présente l'avantage d'être plus facilement transposable pour la période de diffusion conjointe en analogique et en numérique. Inutile de dire que sans un signal clair des autorités compétentes sur le choix d'une norme plutôt qu'une autre, c'est la confusion qui règnera sur l'ensemble de la chaîne de valeur de la radiodiffusion, depuis les fournisseurs de contenu jusqu'aux fabricants de terminaux.

Ensuite, ces services ont besoin de ressources et nécessitent des décodeurs performants, ce qui en augmente le prix de revient, et donc le coût pour le téléspectateur. Dans le meilleur des cas, le téléspectateur risque de ne pas disposer des informations suffisantes lors de l'achat de son décodeur, en l'absence de label informant de la capacité de l'appareil à interpréter le sous-titrage, justifiant un coût plus élevé. Dans le pire des cas, le marché ne proposera tout simplement pas de telles options, non rentables dans le cadre d'un marché ouvert des décodeurs, comme en France ou au Royaume-Uni, où la situation est à ce point préoccupante qu'un groupe d'experts a tiré la sonnette d'alarme sur ces aspects, en 2006.

Enfin, qui dit fonctionnalités accrues, dit complexité accrue pour les interfaces de configuration et de navigation. Est-il plus complexe de passer en revue le guide électronique des programmes de sa télévision numérique que de programmer son magnétoscope VHS ? C'est ce que craignent certains, en particulier les publics déficients sensoriels, mais aussi les personnes âgées ou handicapées physiques.

Le Collège d'avis a donc proposé au Gouvernement d'intégrer, dans ses projets relatifs à la transition numérique, la prise en compte des publics vulnérables. Ceci passe par la mise sur pied d'une structure de concertation entre les acteurs de l'audiovisuel et les organisations représentatives des usagers concernés sur les questions de techniques à utiliser, de programmes, et d'interopérabilité, à l'image du Consumer Experts Group qui accompagne la transition numérique au Royaume-Uni. Ceci passe aussi, bien évidemment, par la coordination des acteurs en matière de normes à utiliser pour l'adaptations des programmes en radiodiffusion numérique. Enfin, le surcoût des décodeurs adaptés pourrait, dans une certaine mesure, être pris en charge par les instances compétentes en matière d'aide matérielle aux personnes handicapées.

Toutes ces mesures sont destinées à garantir que cette transition ne constitue pas un recul en termes d'accessibilité, tant du point de vue du volume de programmes que de la facilité d'utilisation des terminaux.

## Il n'y a pas que le sous-titrage

Petit aperçu des techniques qui rendent accessibles les programmes de télévision.

- **Le sous-titrage** : technique qui permet de véhiculer une version écrite des éléments parlés du programme. Elle est largement utilisée depuis plus de 25 ans, par son intégration dans le télétexte (page 777 ou 888). Le sous-titrage à destination des personnes sourdes et malentendantes se distingue du sous-titrage de traduction par l'inclusion d'un maximum d'informations non verbales : bruits ou onomatopées, usage de couleurs différentes pour distinguer les intervenants, etc. Communément, les sous-titres sont préparés à l'avance et synchronisés avec le programme, mais le sous-titrage peut également être composé en direct, pour les retransmissions sportives ou les débats politiques.

- **La traduction gestuelle** : technique qui consiste à incruster en médaillon dans l'image un interprète en langue des signes. Cette technique est en général peu utilisée du fait de la faible audience concernée et de l'impossibilité de la proposer en option du programme, comme le sous-titrage télétexte. Disposant depuis longtemps de deux canaux de diffusion, la RTBF l'utilise pour traduire en direct le journal télévisé sur La Deux.



# Actualité du CSA

- **L'audiodescription** : cette technique consiste à superposer au programme original une bande son décrivant ses aspects visuels à l'intention des personnes aveugles ou malvoyantes. Les éléments sont ajoutés dans les interstices laissés libres par l'absence de dialogues. Cette technique est surtout utilisée pour les œuvres de fiction. Le contenu des programmes d'information passe principalement par le commentaire du présentateur et peut donc être suivi par les personnes aveugles moyennant des adaptations minimales. La couche d'audiodescription peut être proposée en clair, ou via un canal additionnel. Ainsi, en Italie, la couche d'audiodescription est véhiculée par la radio. Notons qu'en Communauté française, l'asbl « Les amis des aveugles » prend en charge l'adaptation d'environ sept longs métrages de fiction par an, qu'elle distribue sur support DVD.

- **Le sous-titrage parlé** : cette technique, peu utilisée en francophonie, consiste à faire lire les sous-titres par une voix de synthèse. Ceci permet aux personnes aveugles ou malvoyantes de suivre un programme dans une langue étrangère disposant d'une traduction par sous-titrage. Il est principalement utilisé dans les pays dont la langue est peu répandue, pour lesquels le doublage des programmes dans la langue locale est trop coûteux.

Pour une description complète de ces différentes solutions et de leurs implications, on se référera au rapport I44-2004 du comité technique de l'UER (<http://www.ebu.ch/fr/>).

**B.D.**

**Bernard DUBUISSON**  
Conseiller au CSA

## Actualité du CSA

## Les minorités culturelles dans les médias audiovisuels

**Les politiques d'inclusion sociale des minorités développées au Canada et en Europe montrent tout le bénéfice que la société peut retirer d'une attitude proactive des éditeurs de radio et de télévision. La question a certes été abordée en Belgique et tout récemment encore dans une initiative conjointe de l'Association des journalistes professionnels (AJP) et du Centre pour l'égalité des chances. La Communauté française ne dispose cependant pas jusqu'ici d'une véritable politique en matière d'inclusion des minorités culturelles dans le domaine de l'audiovisuel. A la demande du Gouvernement, le Collège d'avis du CSA a conduit des travaux. Il en ressort des propositions concrètes pour un plan d'action.**

Domaine largement investi par la recherche depuis les années 90, la question des minorités culturelles dans les médias ne l'a pourtant que peu été en Communauté française. Des études menées en Europe et au Canada et des contributions réunies se dégagent trois enjeux : la présence des minorités culturelles en radio et télévision, leur représentation et l'accès des minorités aux médias.

### L'accès des minorités culturelles aux métiers et fonctions en radio et télévision

La présence de personnes issues de minorités à différentes fonctions en radio et télévision est vécue comme la meilleure garantie d'une diversité de points de vue et de sensibilités dans les programmes : journalistes ou réalisateurs, dans les structures hiérarchiques, et singulièrement parmi le personnel d'antenne et les intervenants experts où une présence à l'antenne est perçue comme facteur de considération des minorités. Sans être un objectif en soi et sans recourir au quota mathématique, il s'agit d'assurer une mixité de profils et de sensibilités nécessaires à une politique efficace de la diversité.

### Une représentation en reflet de la réalité

Une représentation insatisfaisante de la réalité de la diversité culturelle entretient une vision déformée auprès de la population et, chez les minorités, la perception d'une déconsidération par les médias.

Des études menées ces dix dernières années en Europe rapportent au plan quantitatif une adéquation variable des personnes mises en scène à l'écran (comédiens, participants à des jeux, témoins) à la composition réelle de la population. Au plan qualitatif, les programmes de fiction peuvent véhiculer des représentations peu valorisantes des personnes d'origine étrangère (figurant, davantage que premier rôle), connotées (agresseur ou victime) ou stéréotypées (suivant des clichés exotiques) et entretenir les préjugés. L'imprécision des termes usités dans les questions touchant les minorités témoigne généralement d'un déficit dans la connaissance des minorités culturelles chez les professionnels. L'enjeu est ici celui d'une diversité reflétant la réalité quotidienne et d'une représentation nuancée, exemptes de stéréotypes et reflet de la variété interne à ces minorités.

### L'accès des minorités aux médias

La consommation répandue parmi les immigrés de première génération de programmes de leur pays d'origine est parfois considérée comme constituant un frein à leur intégration autant qu'un sujet de préoccupation quant aux risques, supposés ou avérés, de véhiculer des messages contraires aux valeurs démocratiques. Outre qu'il s'agit d'un droit culturel, cette pratique est aussi à mettre en regard



<sup>1</sup> La représentation des minorités ethniques dans les médias, février 2007  
<http://www.agjpb.be/ajp/telechargements/Rapportfinalfr3001.pdf>

<sup>2</sup> Présence et représentation des minorités culturelles dans les médias audiovisuels, 7 novembre 2006,  
[http://www.csa.be/system/document/nom/552/CAV\\_Avis\\_20061107\\_interculturalité.pdf](http://www.csa.be/system/document/nom/552/CAV_Avis_20061107_interculturalité.pdf)

# Actualité du CSA

d'une relative insatisfaction des minorités culturelles envers les médias nationaux et le souci d'être plus complètement informés.

Les radios communautaires ont une fonction importante dans la socialisation des communautés. Agents potentiels de dialogue entre un environnement culturel d'origine et la réalité du pays d'accueil, elles ont pourtant été autorisées principalement à Bruxelles sans une réelle politique intégrée et se sont multipliées dans le vide juridique, faute de plan de fréquences. Des radios d'expression accueillent de leur côté des projets de communautés étrangères.

RTBF et télévisions locales ont enfin des missions explicites en la matière. Beaucoup renoncent progressivement à des émissions adressées à des minorités spécifiques au profit d'une approche transversale de la diversité ou d'émissions favorisant le dialogue interculturel.

L'accès des minorités aux médias est fondé sur la liberté de recevoir l'information tout en assurant le respect des règles proscrivant l'incitation à la discrimination. Il consiste à reconnaître aux communautés le droit d'exprimer leur culture propre par l'accès à des médias et des programmes spécifiques et à donner la priorité aux pratiques et productions favorisant le dialogue interculturel.



## Un programme d'action pour les acteurs de terrain

En conclusion de ses travaux, le Collège s'est prononcé pour une régulation partagée entre acteurs en Communauté française.

Sous l'égide du Collège d'avis, un code commun aux éditeurs de radio et télévision devrait porter sur des engagements concrets et évaluables. En matière de politique éditoriale, il porterait sur la représentation de la diversité dans les programmes, la vigilance à l'égard des stéréotypes, la diffusion de programmes interculturels, les différences d'opinion sur les événements d'actualité. En matière de ressources humaines, il définirait des engagements pour assurer une égalité des chances dans l'accès à l'emploi et aux postes de responsabilité pour les personnes d'origine étrangère, notamment lors du recrutement. Un code similaire pourrait associer d'autres acteurs de la chaîne audiovisuelle, dans le secteur de la production par exemple.

Les distributeurs de service sur les différents réseaux ont également un rôle à jouer en proposant un choix de services internationaux, rendant accessibles des programmes de cultures et langues des minorités.

A l'instar des recommandations de l'AJP, des codes de conduites devraient être adoptés par les différentes organisations professionnelles. Les outils pratiques sont utiles : guides et formations continuées ; échanges d'information entre médias grand public et médias communautaires ; annuaires diversifiés et mis à jour de personnes-ressources issues des minorités culturelles ; échanges de programmes. Et d'une manière générale, dans toutes les instances professionnelles ou institutionnelles, le principe de mixité culturelle est recommandé.

## Des initiatives conjointes des pouvoirs publics

A côté de ces initiatives professionnelles, la régulation publique n'en reste pas moins essentielle. Différents instruments peuvent être activés tels que l'élargissement de la compétence du Collège d'avis en matière de règlement et des compétences de contrôle du CSA. Les contrats de gestion avec les éditeurs publics sont des outils adéquats pour voir renforcées leurs missions, pour lesquelles sont plaidés le maintien des émissions concédées à certaines communautés et la promotion des programmes à vocation interculturelle.

Dans le domaine de la radio FM, la reconnaissance de la spécificité des radios communautaires et d'expression, voire leur soutien, devrait se traduire par la promotion d'une offre communautaire, sous la forme de projet mixte là où c'est nécessaire, et des objectifs tels que le reflet du pluralisme interne et le service à la communauté, tout comme le dialogue interculturel.

# Actualité du CSA

Côté formation, les filières devraient renforcer des cursus spécifiques sur la connaissance des minorités et les compétences interculturelles générales. L'intérêt pour les métiers audiovisuels devrait être favorisé parmi les jeunes issus de minorités sous-représentées, en restant attentif à la saturation de l'offre. Et en cette matière comme beaucoup d'autres, l'éducation aux médias est une clé, autant que la promotion de l'interculturalité à l'école, indispensable au dialogue.

Ces orientations sont le fruit d'un consensus des professionnels au sein du Collège d'avis, nourries des débats des milieux audiovisuels et des acteurs de lutte contre les discriminations. Reste à suggérer par quoi commencer. Ce que nous soulignons dès l'introduction – rencontrer la faiblesse des diagnostics en Communauté française par des monitorages ou des études spécifiques – est considéré comme le point de départ indispensable. A l'occasion des travaux menés sur les questions d'égalité femme-homme, la Fondation Roi Baudouin s'est dit prête à répondre à l'invitation du Gouvernement pour prendre en charge une telle mission. Le Collège d'avis pourra dans la foulée s'atteler à coordonner une initiative d'un code, portant les engagements communs des éditeurs. Avec le Centre pour l'égalité des chances, l'AJP montre la voie à suivre dans les organisations professionnelles. Le Gouvernement est en possession des propositions de mesures publiques pour un enjeu de taille : le dialogue interculturel dans un monde globalisé en premier lieu par l'image.

**Paul-Eric MOSSERAY**

Conseiller au CSA

## Les JT à l'épreuve de la diversité

Les médias, et en particulier la télévision, sont souvent stigmatisés dans leur manière de refléter le caractère multiculturel de la société dans son ensemble.

Et chez nous ? En l'absence de données empiriques concernant la représentation des minorités culturelles dans le paysage spécifique à la Communauté française, le CSA a souhaité se rendre compte dans quelle mesure le tableau offert chez nous diffère des constats dressés par nos voisins. L'ensemble des journaux télévisés du mois d'août 2007 ont été analysés pour RTL-TVi et la RTBF. Dans chaque séquence hors actualité internationale, tous les intervenants ont été comptabilisés. Il en résulte un panorama exhaustif de l'ensemble des personnes qui se sont vues octroyer la parole dans des sujets en lien avec la Belgique, durant un mois complet. Cet ensemble reflète-t-il au mieux la diversité de la population nationale ?

Premier constat : on ne note pas de sous-représentation flagrante des intervenants d'origine étrangère. Identifiées sur base d'un patronyme, du commentaire ou du contexte, de la langue ou de l'accent, ou encore de la couleur de la peau, ces personnes représentent 16% de l'ensemble des personnes interrogées dans les sujets analysés.

Ensuite, ces intervenants sont, pour leur majorité, issus des pays d'Europe occidentale. Ceci est également conforme à la réalité de la mixité des origines sur notre territoire, où dominent les origines de pays proches (France, Italie, Pays-Bas, ...).

Si le traitement des intervenants originaires d'Europe occidentale ne diffère pas sensiblement de celui des « Belges de souche », il n'en est rien pour les intervenants d'autres origines (pays arabes, Europe de l'Est, Afrique sub-saharienne, etc.). Les apparitions de ces derniers sont plus fréquentes dans les sujets culturels et dans les sujets politiques. Ils apparaissent plus volontiers en tant que témoins, ne parlant que pour eux-mêmes, qu'en tant que représentants d'un groupe plus large (politiques, porte-parole, responsables, etc.). Et on n'en retrouve aucun parmi les 6% d'experts (scientifiques, universitaires, etc.) s'exprimant « au-dessus de la mêlée ». Enfin, ces personnes se retrouvent plus systématiquement dans des sujets en lien avec la multiculturalité (réfugiés, cohabitation, sans-papiers, etc.), leur présence à l'écran étant alors liée à leur statut d'« étrangers ».

On se réfèrera à la récente étude réalisée sur le même thème pour le Centre pour l'égalité des chances et l'Association des Journaliste professionnels.

([www.agjpb.be/ajp/articles/forum28o2o7b.php](http://www.agjpb.be/ajp/articles/forum28o2o7b.php)).

**Bernard DUBUISSON**

Conseiller au CSA

## L'autre convergence : l'intégration du droit de la concurrence et de la réglementation sectorielle<sup>1</sup>

**Dans le domaine des médias, on parle abondamment de la convergence technologique entre les réseaux et services de télécommunications et ceux des médias. Mais il est une autre convergence dont on parle dans le milieu réglementaire, celle du droit de la concurrence et de la réglementation sectorielle des communications électroniques.**

D'une part, le droit de la concurrence appliqué au secteur des communications électroniques, et notamment au secteur des médias, s'est rapproché de la réglementation sectorielle pour devenir une sorte de « droit de la concurrence réglementaire ». La Commission européenne a utilisé plusieurs opérations de concentrations entre entreprises de média pour véritablement instiller une certaine vision du marché, qui a d'ailleurs évolué avec le temps. Par exemple, elle a interdit les rapprochements entre Premiere, Kirch et Deutsche Telekom<sup>2</sup> car elle soutenait une concurrence intra-plateforme pour le développement de la télévision numérique (en l'occurrence une concurrence entre plusieurs plateformes câblées). Plus tard, elle a autorisé la fusion entre NewsCorp et Telepiu<sup>3</sup> (maintenant Sky Italia) car elle comprenait qu'une concurrence intra-plateforme de TV numériques n'était pas viable économiquement et qu'une concurrence inter-plateforme pouvait suffire pour protéger le consommateur.

D'autre part, la réglementation sectorielle s'est rapprochée du droit de la concurrence pour devenir une sorte de « droit de la concurrence préventif ». En 2003, le législateur européen<sup>4</sup>, et à sa suite le législateur décentral de la Communauté française<sup>5</sup>, ont décidé d'aligner la réglementation économique sectorielle sur les méthodologies et les principes du droit de la concurrence. Ainsi dans les trois projets de décisions relatives à l'analyse du marché des services de radiodiffusion destinés à livrer un contenu radiodiffusé aux utilisateurs finaux (dit marché 18)<sup>6</sup>, le Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel a d'abord dû définir les marchés pertinents selon les méthodologies du droit de la concurrence et ensuite déterminer si un ou plusieurs opérateurs de réseau jouissaient d'une position dominante (au sens du droit de la concurrence) sur ces marchés<sup>7</sup>.

Comme le soulignent fort bien Kruger et Di Mauro, deux membres de la Direction générale Concurrence de la Commission européenne<sup>8</sup> :

*« L'antagonisme perçu entre la concurrence et la réglementation est dès lors seulement apparent et condamné à disparaître. En fait, la concurrence a déjà modélisé la réglementation : c'est cette dernière qui s'est adaptée à la philosophie et à l'approche de la première. La politique réglementaire ne peut plus être vue comme indépendante de la politique de concurrence, elle doit être vue comme faisant partie d'un ensemble plus large d'outils basés sur les principes du droit de la concurrence. (...) les instruments de concurrence et de réglementation sont complémentaires plutôt que substituts. Ils visent un problème commun et tentent d'atteindre un but commun. Le problème est le degré élevé de pouvoir de marché et le risque qu'il soit abusé, et le but est de mettre l'utilisateur final au centre de l'activité économique. C'est seulement une*

<sup>1</sup> Cet article résume A. DE STREEL, « Antitrust and Sector-Specific regulation of access in the European Union », in R. DEWENTER et J. HAUCAP (éd.), *Access Pricing : Theory and Practice*, Elsevier, 2007, p. 328-371.

<sup>2</sup> Décision de la Commission du 27 mai 1998, Cas M. 1027 Bertelsmann/Kirch/Premiere, J.O. 1999, L 53, p. 1, et Décision de la Commission du 27 mai 1998, Cas M. 1027 DeutscheTelekom/BetaResearch, J.O. 1999, L 53, p. 31.

<sup>3</sup> Décision de la Commission du 2 avril 2003, Cas M. 2876 NewsCorp/Telepiu, J.O. 2004, L 110, p. 73.

<sup>4</sup> Articles 14 à 16 de la directive 2002/21/C.E. du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques (directive « cadre »), J.O., L 108 du 24 avr. 2002, p. 33.

<sup>5</sup> Articles 90 à 93 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, M.B. 17 avr. 2003.

<sup>6</sup> Projets de décision du 19 janvier 2007 concernant les câblodistributeurs, la RTBF et Belgacom.

<sup>7</sup> Ces méthodologies du droit de la concurrence sont reprises dans : « Lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques », J.O., C 165 du 11 juill. 2002, p. 6.

<sup>8</sup> R. KRÜGER and L. DI MAURO, « The Article 7 consultation mechanism: managing the consolidation of the internal market for electronic communications », *Competition Policy Newsletter* 3, 2003, p. 33-36.

## Points de vue

*combinaison des deux instruments qui peut assurer que le pouvoir de marché ne porte pas atteinte au développement de la concurrence dans le secteur des communications électroniques. A son tour, cela permet aux utilisateurs finals de pousser ces développements et d'en tirer bénéfice»<sup>9</sup>.*

Toutefois, cette convergence d'instruments juridiques ne doit pas faire oublier leurs divergences. Premièrement, le droit de la concurrence vise principalement à maintenir une structure de marché qui est *a priori* satisfaisante (en empêchant les comportements concurrentiels) et dans certains cas mais de façon plus controversée à changer la structure du marché<sup>10</sup>. En outre, il adopte une vision de relatif court terme. A l'inverse, la réglementation sectorielle vise à changer une structure concurrentielle non optimale ou, si ce n'est pas possible ou efficace, à mimer le résultat d'une structure concurrentielle. En outre, elle adopte une perspective de plus long terme.

Deuxièmement, le droit de la concurrence s'applique à tous les marchés et est déclenché par un comportement spécifique (abus de position dominante, accord ou pratique concertée anti-concurrentielle, concentration anti-concurrentielle). A l'inverse, la réglementation sectorielle s'applique à certains marchés remplissant trois critères de sélection stricts (importantes barrières à l'entrée, pas de dynamique concurrentielle derrière la barrière et insuffisance du droit de la concurrence de remédier au problème)<sup>11</sup> et sur ces marchés, elle s'applique à toutes les situations de pouvoir de marché indépendamment d'un comportement spécifique.

Troisièmement, le droit de la concurrence prévoit des amendes et des remèdes comportementaux ou des remèdes structurels (en cas de contrôle des concentrations) tandis que la réglementation sectorielle se limite aux remèdes de comportement.

Ainsi à mon sens, il y a deux différences de substance principales entre le droit de la concurrence et la réglementation sectorielle. Premièrement, la réglementation sectorielle intervient *ex-ante*, partant de structures de marché inefficaces tandis que le droit de la concurrence intervient principalement *ex-post*, partant de comportements inefficaces. Deuxièmement, l'intensité de la preuve pour intervenir en réglementation sectorielle sur les marchés sélectionnés est plus faible qu'en droit de la concurrence.

Pour conclure, dans la réglementation économique (qui poursuit un objectif d'efficacité<sup>12</sup>), il y a deux instruments juridiques différents : d'une part, le droit de la concurrence, d'ordre principalement comportemental et, d'autre part, la réglementation sectorielle d'ordre essentiellement structurel. Si l'utilisation de méthodologies communes a permis d'accroître l'analyse économique dans la réglementation, il est regrettable qu'elle ait parfois fait perdre de vue la différence fondamentale entre les deux instruments. A mon avis, il eut été préférable d'accroître l'analyse économique sans pour autant aligner la réglementation sectorielle sur les principes et les méthodologies du droit de la concurrence.

**Alexandre DE STREEL**

Chargé de cours aux Facultés universitaires Notre-Dame de la Paix, Namur<sup>13</sup>

<sup>9</sup> Traduction de l'auteur.

<sup>10</sup> Ce deuxième rôle me semble avoir été admis dans T.P.I.C.E., 21 sept. 2005, Aff. T-87/05 *Energias de Portugal c. Commission*, Rec., p. II-3745, point 91.

<sup>11</sup> Considérants 9 à 15 de la Recommandation 203/311/C.E. de la Commission du 11 février 2003 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation *ex ante*, J.O., L 144 du 8 mai 2003, p. 45

<sup>12</sup> Je ne vise donc pas des objectifs d'intérêt plus sociétal comme le pluralisme ou le service universel.

<sup>13</sup> Les textes publiés dans cette rubrique n'engagent que leur auteur.



# Sommaire



- 2 Colophon**
- 3 Editorial de la Présidente**
  - 2007, année de la radio ?
- 4 Actualité audiovisuelle**
  - Spectre radioélectrique
  - Communications électroniques
  - Concurrence
  - Aides d'Etat
  - Pluralisme
  - Services de contenus audiovisuels
  - Divers
- 8 Actualité du CSA**
  - Audition au Parlement de la Communauté française
  - Autorisation de la webradio Tuner Top 2006
  - Règlement relatif aux programmes de radio et de télévision en période électorale (Collège d'avis)
  - Règlement/Code d'éthique de la publicité audiovisuelle à destination des enfants (Collège d'avis)
  - Projet de décision « marché 18 »
  - Nouveau site web pour le CSA
  - Conférence « Mobile TV and IP TV »
  - Réunion de travail des régulateurs belges
  - Contrôle de la réalisation de l'obligation de Télé Bruxelles en matière de composition de son conseil d'administration
  - Autorisations de Radio Pasa et de Radio Si
  - Séminaire fermé sur la régulation des réseaux
  - Colloque « Le désir de diversité culturelle »
  - Conférence « Women in Media »
  - Publication « Les publicitaires savent pourquoi. Les jeunes, cibles des publicités pour l'alcool »
  - De la protection morale de l'enfant consommateur à la protection éditoriale du jeune spectateur (Muriel Hanot, CSA)
  - Vers une meilleure accessibilité des programmes (Bernard Dubuisson, CSA)
  - Les minorités culturelles dans les médias audiovisuels (Paul-Eric Mosseray, CSA)
- 21 Point [s] de vue**
  - L'autre convergence : l'intégration du droit de la concurrence et de la réglementation sectorielle (Alexandre de Streef, FUNDP)