

# REGULATION

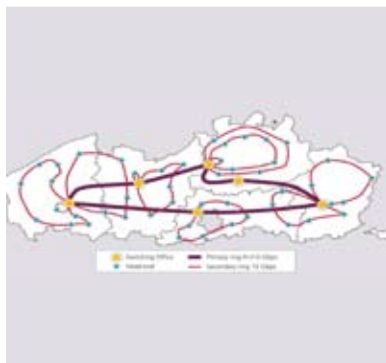
Bulletin d'information  
trimestriel

**#42**

Octobre-Novembre-Décembre  
2009

**ECLAIRAGE**

Le placement  
de produit



**POINT DE VUE**

« Injection directe » :  
the proof of  
the pudding



**FACE A FACE**

Jean-Paul Philippot  
et Philippe Delusinne  
La télévision en Europe  
vue par deux patrons  
belges



**DEBAT 360°**

La recherche  
sur l'audiovisuel :  
état des lieux  
et perspectives



# SOMMAIRE

3

## EDITORIAL

Un engagement renouvelé et renforcé dans les collaborations internationales

4

## ACTUALITÉ AUDIOVISUELLE

10

## DÉBAT 360°

La recherche sur l'audiovisuel : état des lieux et perspectives  
Perspectives d'Emmanuel Tourpe, François Jongen, François Heinderyckx et André Helbo, introduites par Muriel Hanot

16

## ECLAIRAGE

Le placement de produit: jusqu'où les marques peuvent-elles intégrer les programmes ?

18

## FACE À FACE

Jean-Paul Philippot (UER) et Philippe Delusinne (ACT)  
La télévision en Europe vue par deux patrons belges

22

## POINT [S] DE VUE

« Injection directe » : the proof of the pudding, SACD/SCAM

24

## ACTUALITÉ DU CSA

CAC – Avis sur le contrôle annuel 2008 des télévisions locales  
30<sup>e</sup> réunion de l'EPRA à Dresde  
Ouverture du Centre de documentation du CSA  
Résultats de la consultation publique « numérique » et le suivi du PSTN  
1<sup>ère</sup> conférence du REFRAM, 5<sup>e</sup> conférence des présidents du RIARC  
CAV – Règlement sur la diffusion de brefs extraits d'événements publics  
CAC – Avis sur le contrôle annuel 2008 de la RTBF  
Protocole de collaboration avec l'IEFH  
CAC – Recommandation sur le placement de produit  
Journée d'étude : « *La directive SMA : le nouveau cadre juridique de l'audiovisuel européen* ».

29

## SECRÉTARIAT D'INSTRUCTION

FM 2008 : assurer le suivi du plan

30

## DÉCISIONS DU CAC

Contrôle annuel : BTV, SiA (A la demande).  
Télé-achat : BTV (AB4), TVi  
Plan de fréquences : réseau provincial liégeois ; radios indépendantes ; dérogation à l'usage du français (Radio Vibration, RCF Bruxelles, Radio Judaïca) ; caducité d'autorisation (N4) ; radios associatives et d'expression (Radio Judaïca, Flash FM, Radio Libellule FM) ; Ciel Info ; renoncement à une autorisation (Conekt FM) ; changement de nom (Hit Radio)  
Radio : autorisation provisoire (Radio Bourkis, Radio Noël)  
Publicité : Télévesdre, TV Com, Télé Bruxelles

# UN ENGAGEMENT RENOUVELÉ ET RENFORCÉ DANS LES COLLABORATIONS INTERNATIONALES



Marc JANSSEN  
Président du CSA

En novembre dernier, le Conseil supérieur de l'audiovisuel de la Communauté française a été désigné pour exercer la vice-présidence du REFRAM, le réseau des régulateurs francophones de l'audiovisuel. Créé il y a deux ans et composé déjà d'autorités de régulation actives dans plus de vingt pays, le REFRAM se veut une plateforme d'échanges d'expériences et de bonnes pratiques, un lieu de rencontres et de partages. Son nouveau président, le dynamique Ahmed Ghazali, de l'autorité de régulation du Maroc, a l'ambition de déployer le réseau afin qu'il puisse devenir le lieu où peuvent s'initier, se coordonner et se réaliser tous les projets de collaboration internationale permettant à ses membres d'améliorer leurs capacités opérationnelles en matière d'organisations et de suivis des campagnes électorales, de développements de médias pluralistes, ainsi que de gestion et d'organisation internes.

Si ce projet est ambitieux, il est aussi enthousiasmant. L'engagement du CSA à soutenir tous les efforts entrepris par la présidence marocaine (et par le régulateur français, qui assure le secrétariat permanent du réseau et en est l'un des moteurs déterminés) constitue pour notre institution un investissement encore plus marqué dans les relations et collaborations internationales.

Depuis mai 2008, notre directeur général, Jean-François Furnémont, est l'un des vice-présidents de l'EPRA, le réseau européen composé de plus de cinquante autorités de régulation. Loin d'un forum policé et consensuel, il organise des réunions bisannuelles qui sont un vrai lieu d'échanges de bonnes pratiques et de débats au sujets des problèmes concrets auxquels les régulateurs sont confrontés au quotidien. Les excellentes relations, constructives et opérationnelles, qui unissent par exemple les CSA de France et de la Communauté française de Belgique, sont notamment issues de ces rencontres et de ces travaux. Plus généralement, ces échanges sont autant d'occasions de remettre en question certitudes et habitudes, d'alimenter notre créativité, de remettre en perspective (et en avant) les valeurs et les fondements de la régulation des médias audiovisuels.

Les enjeux liés au développement effectif et efficace de cet autre réseau que constitue le REFRAM sont différents et présentent une dimension additionnelle. De nombreuses autorités qui le composent ont en effet, parfois dans des conditions d'urgence ou de crise, un rôle crucial à jouer dans le processus de démocratisation de leur pays. Toutes sont indispensables à la promotion des droits de l'homme, de la gouvernance publique, de la diversité culturelle et du pluralisme des médias, sans lesquels il n'y a pas de société démocratique. Dans les pays où les traditions démocratiques ne sont pas encore suffisamment ancrées, ces autorités sont toutefois confrontées, de manière plus ou moins régulière et plus ou moins intense selon leurs traditions historiques et culturelles et leurs systèmes juridiques, à des difficultés diverses : manque de moyens financiers, absence de formations ad hoc, manque d'expérience professionnelle, manque d'expertises externes, isolement institutionnel, pressions politiques, méconnaissance par le public, manque de moyens permettant de rendre les décisions effectives auprès des acteurs médiatiques, déficit de transparence, ....

Avec le soutien de l'Organisation Internationale de la Francophonie, le nouveau Bureau du REFRAM veut donc s'engager dans un plan d'actions concrètes et réalistes, sur base d'une feuille de route adoptée lors de la dernière conférence des présidents. Le CSA peut aussi compter sur l'appui et l'expertise de WBI, l'administration publique chargée des relations internationales de la Communauté française. Il s'agit donc bien d'une collaboration croisée entre différents acteurs publics qui partagent, chacun selon ses attributions et sa sphère de compétence, la même ambition de participer au développement d'institutions de régulation et, par ce biais, à la défense et la promotion des libertés fondamentales.



## RÉGULATION

01 | OCTOBRE

Conformément au Broadcasting Act 2009 (la nouvelle loi de l'audiovisuel), promulguée le 12 juillet 2009, la nouvelle autorité de régulation audiovisuelle d'Irlande (Broadcasting Authority of Ireland – BAI) est entrée en fonction. Chargée de la régulation des radiodiffuseurs publics et privés, la BAI intègre les missions jusqu'à présent assurées conjointement par la BCI (Broadcasting Commission of Ireland) et la BCC (Broadcasting Complaints Commission). Ses objectifs sont de garantir que l'offre de services audiovisuels disponible sur le territoire de l'Etat serve au mieux les besoins du peuple irlandais, tout en prenant en compte ses langues et traditions et sa diversité religieuse, éthique et culturelle ; de garantir le respect des valeurs démocratiques inscrites dans la Constitution et tout spécialement celles ayant trait à la liberté d'expression ; et de garantir le pluralisme des services audiovisuels. La BAI est composée d'un collège de membres, et de deux commissions, l'une chargée de veiller au respect des dispositions en vigueur et l'autre, de l'attribution des autorisations.

[www.bai.ie](http://www.bai.ie)

diversité des expressions culturelles qui met l'accent sur la formation et la coproduction, notamment, afin de favoriser la poursuite des buts et objectifs communs dans le domaine culturel et en particulier audiovisuel. Les thèmes prioritaires suivants ont été proposés : l'élaboration d'une approche globale des politiques cinématographiques, le développement et la production cinématographiques, l'amélioration des cadres réglementaires de coproduction et de codistribution, l'encouragement à la distribution et à la diffusion des films européens, le cinéma européen et les jeunes, l'exploitation optimale du potentiel des technologies numériques, la transparence et la responsabilité.

[wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1508921&Site=CM](http://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1508921&Site=CM)

## ACCESSIBILITÉ

06 | NOVEMBRE

Le nombre de programmes accessibles aux sourds et malentendants (sous-titrage, langue des signes...) a « nettement progressé » en 2008 sur les chaînes publiques et les grandes chaînes privées, selon le bilan 2008 du CSA français sur l'accessibilité des programmes. Cette évolution, qui s'est encore accentuée au cours de l'année 2009, laisse penser que les grandes chaînes hertziennes seront prêtes pour février 2010, échéance fixée par la loi du 11 février 2005 sur l'égalité des chances, pour rendre accessibles 100% de leurs programmes aux sourds et malentendants.

[www.csa.fr/actualite/dossiers/dossiers\\_detail.php?id=129509](http://www.csa.fr/actualite/dossiers/dossiers_detail.php?id=129509)

## DIVERSITÉ

10 | NOVEMBRE

Le CSA français a adopté une délibération visant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales gratuites et de Canal+. Il a mis en place un baromètre de la diversité, publié cinq fois par semestre, qui retrace la perception de la diversité à l'antenne par le public au regard de quatre critères : le genre, la catégorie socioprofessionnelle perçue, la catégorie ethnique perçue et le handicap. La délibération établit également le cadre des engagements annuels que chaque chaîne doit prendre auprès du CSA et fixe les modalités du suivi exercé par ce dernier. Pour les chaînes privées, ces engagements seront pris après la signature d'un avenant à leur convention ; pour France Télévisions, cet engagement sera souscrit conformément aux dispositions de son cahier des charges. Le CSA veillera au respect des engagements par les chaînes.

[www.csa.fr/infos/textes/textes\\_detail.php?id=129689](http://www.csa.fr/infos/textes/textes_detail.php?id=129689)

## PROTECTION DES MINEURS

28 | SEPTEMBRE

Le Conseil de l'Europe a adopté une recommandation sur la promotion de services de médias en ligne et sur internet adaptés aux mineurs. Elle appelle les Etats membres à renforcer la sécurité des mineurs qui utilisent les services de médias en ligne et sur internet, notamment par le recours aux systèmes de filtrage parental et les encourage à soutenir la création de réseaux sécurisés en accès restreint, filtrant les contenus préjudiciables aux mineurs et respectant des codes de conduite.

[assembly.coe.int/Mainf.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta09/FREC1882.htm](http://assembly.coe.int/Mainf.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta09/FREC1882.htm)

23 | SEPTEMBRE

Le Conseil de l'Europe a adopté une recommandation sur les politiques cinématographiques nationales et la

20 | NOVEMBRE

Le CSA français a lancé une nouvelle campagne de prévention pour sensibiliser, alerter et conseiller le public



concernant la protection des mineurs à la télévision. La première partie de la campagne est destinée aux jeunes enfants et aux dangers de la télévision pour les moins de trois ans ; la seconde vise la protection des enfants plus âgés et des adolescents en rappelant au public l'existence de la signalétique développée par le CSA.

[www.csa.fr/protection\\_mineurs\\_TV/](http://www.csa.fr/protection_mineurs_TV/)

## 09 | DÉCEMBRE

Le CSA français a présenté le premier bilan de la Charte alimentaire signée en février dernier entre les acteurs publics, les publicitaires et les professionnels de l'audiovisuel pour lutter contre l'obésité infantile. Alors que plusieurs pays (Canada, Suède, par exemple) ont opté pour des mesures d'interdiction des publicités alimentaires, la Charte s'inscrit dans une démarche de valorisation et d'information sur l'équilibre nutritionnel qui vise le grand public et plus particulièrement les plus jeunes.

[www.csa.fr/actualite/interventions/interventions\\_detail.php?id=129848](http://www.csa.fr/actualite/interventions/interventions_detail.php?id=129848)

## PUBLICITÉ

### 05 | OCTOBRE

La Commission Culture et Education du Parlement européen a pris connaissance d'une étude qu'il avait commandée à KEA European Affairs, sur « *Les règles en matière de publicité et leurs effets en vertu de la nouvelle directive sur les services de médias audiovisuels* » et qui analyse l'état de transposition actuel de la directive SMA dans les États membres en ce qui concerne les dispositions relatives au placement de produit et avance quelques pistes quant à l'évolution possible du marché européen du placement de produit. L'étude examine également les effets de la publicité sur les enfants et évalue l'efficacité probable des mesures d'autorégulation (codes déontologiques) relatives à la publicité visant les enfants.

[www.mediadesk.cfwb.be/db/articlefiles/2388-pe419093\\_fr.pdf](http://www.mediadesk.cfwb.be/db/articlefiles/2388-pe419093_fr.pdf)

### 08 | OCTOBRE

La Commission européenne a décidé de clore les procédures d'infraction contre l'Italie et l'Estonie, ces deux pays s'étant conformés aux règles communautaires en matière de publicité télévisée. Les reproches adressés à l'Italie portaient sur les points suivants : les messages de télé-achat d'une durée de trois minutes n'étaient pas comptés dans le temps consacré à la publicité et étaient, de ce fait, susceptibles d'induire les téléspectateurs en erreur; de plus, les programmes d'autopromotion des chaînes de télévision n'étaient pas consi-

dérés comme de la publicité au sens de la loi italienne; enfin, les sanctions appliquées en cas de violation des dispositions en matière de publicité télévisée étaient inefficaces. Quant à l'Estonie, les plus grandes chaînes de télévision de ce pays ignoraient fréquemment la réglementation communautaire limitant la durée des spots publicitaires à 12 minutes par heure.

[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1492&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1492&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

### 09 | NOVEMBRE

Le Département pour la culture, les médias et le sport britannique (DCMS) a lancé une consultation, ouverte jusqu'au 8 janvier 2010, sur le placement de produit, dont l'objectif est de recueillir les opinions des acteurs et parties concernés au sujet de l'introduction du placement de produit à la télévision. Si à l'issue de cette consultation, l'interdiction du placement de produit est levée, l'Ofcom, l'instance de régulation britannique, devrait introduire de nouvelles dispositions dans son code de l'audiovisuel (Broadcasting Code) et lancer également une consultation sur le sujet.

[www.culture.gov.uk/images/consultations/Consultation\\_productplacement.pdf](http://www.culture.gov.uk/images/consultations/Consultation_productplacement.pdf)

## ÉDUCATION AUX MÉDIAS

### 22 | OCTOBRE

En France, la Commission « Famille, Education aux médias », présidée par Agnès Vincent-Deray, ancien membre du CSA chargée de la protection de l'enfance, a rendu son rapport « *Construire une politique structurée d'éducation aux médias pour tous* ».

[www.travail-solidarite.gouv.fr/IMG/pdf/Synthese\\_-\\_Propositions\\_AVD.pdf](http://www.travail-solidarite.gouv.fr/IMG/pdf/Synthese_-_Propositions_AVD.pdf)

### 27 | NOVEMBRE

Le Conseil de l'Europe a adopté des conclusions sur l'éducation aux médias dans l'environnement numérique et adopté favorablement la recommandation de la Commission du 20 août 2009 invitant les États membres à encourager l'éducation des citoyens aux médias par des activités qui facilitent l'accès des citoyens aux moyens de communication (télévision, cinéma, radio, musique, presse écrite, internet et technologies de communication numérique) et les aident à les comprendre et à les évaluer d'un œil critique.

[www.consilium.europa.eu/uedocs/cms\\_data/docs/pressdata/fr/educ/111505.pdf](http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/fr/educ/111505.pdf)  
[ec.europa.eu/avpolicy/media\\_literacy/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/index_en.htm)



## CONTENUS

22 | OCTOBRE

La Commission européenne a publié un document de réflexion (« *Creative Content in a European Digital Single Market : Challenges for the Future* ») sur les difficultés à créer un marché unique européen du numérique pour les contenus créatifs (livres, musique, films ou jeux vidéo). Selon elle, un véritable marché unique sans frontières pour les contenus créatifs en ligne pourrait multiplier par quatre les recettes de détail du secteur des contenus créatifs à condition que les professionnels du secteur et les pouvoirs publics prennent des mesures favorables au consommateur. Si l'offre de contenus au format numérique ouvre de grandes possibilités pour l'Europe, elle pose de nombreux problèmes. La distribution des produits et des services culturels continue de se heurter à des obstacles d'ordre réglementaire et géographique susceptibles d'entraver la créativité et l'innovation. En outre, le téléchargement illégal à grande échelle est de nature à compromettre le développement d'un marché unique du numérique économiquement viable, et il convient d'inciter davantage aux offres transnationales légales.

[ec.europa.eu/avpolicy/other\\_actions/content\\_online/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/avpolicy/other_actions/content_online/index_en.htm)

25 | NOVEMBRE

L'UNESCO et le CBA (Association de radiodiffusion du Commonwealth) ont publié le « *Guidelines for Broadcasters on Promoting User-Generated Content and Media and Information Literacy* », c'est-à-dire les principes directeurs montrant comment les radiodiffuseurs peuvent inciter le public à produire du contenu de qualité généré par l'utilisateur. Ces principes directeurs vont aussi permettre au public d'acquérir une meilleure maîtrise de l'information et des médias.

[portal.unesco.org/ci/fr/ev.php-URL\\_ID=29315&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/ci/fr/ev.php-URL_ID=29315&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

## DÉONTOLOGIE

07 | DÉCEMBRE

Le nouveau Conseil de Déontologie journalistique (CDJ) pour les médias francophones et germanophones de Belgique a été installé. Il compte 40 membres, issus des métiers des médias et de la société civile. C'est la première fois qu'éditeurs et journalistes créent une telle instance ensemble, qu'un financement est garanti et qu'une structure permanente assure son fonctionnement. Une structure paritaire, donc, qui témoigne d'une volonté partagée d'améliorer le respect de

la déontologie, de la part non seulement des journalistes, mais aussi des directions des médias. 10 ans de concertation ont été nécessaires pour aboutir à la création de ce CDJ, rendue possible par un décret du Parlement de la Communauté française voté en avril 2009 qui fixe les missions du Conseil et en garantit en même temps le caractère d'instance d'autorégulation, sans influence du pouvoir politique dans ce qui relève de la liberté de presse. La mission du CDJ est d'abord préventive : faire connaître la déontologie aux journalistes et au public ; la faire évoluer aussi, lui permettant ainsi de répondre aux nouveaux défis qui se posent, notamment du fait de l'évolution technologique dans les médias ; et répondre dès lors aux questions soulevées dans la profession. Le CDJ traitera aussi les plaintes introduites dans des cas particuliers. A partir de là, il pourra d'une part se prononcer sur le caractère déontologique ou non des pratiques mises en cause, et formuler des avis à caractère plus général lorsque le besoin s'en fera sentir. Comme la quasi-totalité de ses homologues dans le monde, le Conseil de déontologie dispose d'une autorité morale, mais pas de pouvoir de sanction. Le CDJ est composé de 20 membres effectifs et 20 suppléants, répartis en 4 catégories : les éditeurs, les journalistes, les rédacteurs en chef et des personnes issues de la société civile. Il travaillera en concertation avec le CSA, de même qu'avec son homologue flamand, le Raad voor de journalistiek, sur les terrains communs. L'objectif ultime étant de contribuer à une information de qualité et au droit des citoyens d'être informés correctement.

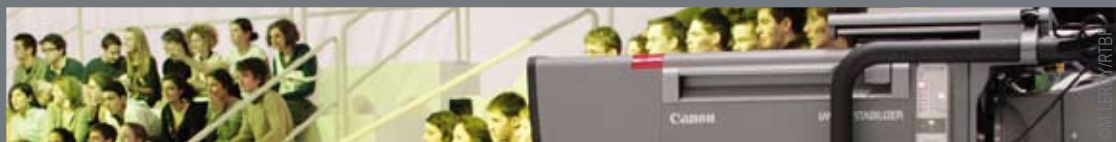
[www.agjpb.be/ajp/communiqués/cdj101209.php](http://www.agjpb.be/ajp/communiqués/cdj101209.php)

## RADIO

20 | OCTOBRE

Les ministres de la culture des Communautés française et germanophone ont signé un accord de coopération permettant aux radios de service public (RTBF et BRF) d'utiliser des émetteurs sur le territoire de l'autre Communauté. La BRF est ainsi confortée juridiquement dans son autorisation de diffuser à partir des émetteurs de Liège et Namur, tandis que la RTBF Radio est autorisée à le faire à partir d'Elsenborn, Eupen et Saint-Vith, ce qui constitue une nouveauté pour sa couverture dans les Cantons de l'Est. Des accords techniques ont en outre été passés pour permettre notamment à une radio privée (en l'occurrence Radio Contact germanophone) d'émettre à partir d'une commune de la Communauté française, Henri-Chapelle.

[www.fadilalaanan.net/actualites.php?refID=587](http://www.fadilalaanan.net/actualites.php?refID=587)



## DIVIDENDE NUMÉRIQUE

28 | OCTOBRE

La Commission européenne a publié une communication (« *Transforming the digital dividend into social benefits and economic growth* ») dans laquelle elle souhaite que les fréquences libérées par le passage à la télévision numérique contribuent à une relance rapide de l'économie, notamment en réservant la sous-bande 790-862 MHz au lancement de nouveaux services sans fil, tels que les services de téléphonie mobile 3G et 4G.

[ec.europa.eu/information\\_society/policy/ecom/radio\\_spectrum/document\\_storage/other\\_docs/en\\_com586\\_dd.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecom/radio_spectrum/document_storage/other_docs/en_com586_dd.pdf)

## AIDES D'ÉTAT, CONCURRENCE

19 | OCTOBRE

Les participants à la quatrième réunion de la table ronde sur la distribution de musique en ligne (Amazon, BEUC, EMI, iTunes, Nokia, PRS for Music, SACEM, STIM et Universal, notamment) ont signé une déclaration commune exposant les principes généraux sur lesquels la distribution de musique en ligne se fondera à l'avenir, améliorant ainsi les possibilités de musique en ligne pour les consommateurs européens.

[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1548&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1548&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

28 | OCTOBRE

La Commission européenne a conclu, au vu des engagements officiels pris par les pouvoirs publics autrichiens, que le régime de financement du radiodiffuseur de service public ORF était désormais conforme aux règles de l'UE en matière d'aides d'État, mettant de ce fait un terme à son enquête. L'Autriche s'est notamment engagée à préciser le mandat de service public d'ORF, à limiter son financement au minimum nécessaire pour l'accomplissement de ses activités de service public, à organiser une consultation publique sur les nouveaux services médias proposés et, enfin, à distinguer clairement les activités commerciales d'ORF de sa mission de service public. Cette décision applique pour la première fois les critères énoncés dans la communication révisée de la Commission sur la radiodiffusion du 2 juillet 2009.

[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1603&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1603&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

02 | DÉCEMBRE

La Commission européenne a ouvert une enquête approfondie sur le nouveau système fiscal de financement de

la RTVE (l'organisme public de radio- et télédiffusion espagnol). L'Espagne envisage de modifier le régime actuel en supprimant la publicité et d'autres activités commerciales de RTVE et en remplaçant cette source de revenus par des taxes nouvellement introduites sur les opérateurs de télévision et de télécommunications. La Commission ne soulève pas d'objection concernant la modification du système de financement en tant que tel, mais émet des doutes quant à la compatibilité de la nouvelle taxe avec les règles de l'UE. La Commission doute, en particulier, que ces nouvelles taxes soient compatibles avec les règles de l'UE relatives aux réseaux et aux services de communications électroniques. L'ouverture d'une enquête formelle autorise la Commission à examiner ces mesures de façon plus approfondie et donne aux parties intéressées la possibilité de présenter leurs observations. Elle ne préjuge pas l'issue de la procédure.

[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1861&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1861&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr)

## INFRASTRUCTURES

27 | NOVEMBRE

Le Gouvernement français a lancé une consultation publique relative au régime de contribution au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles des services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre. La réforme envisagée vise, à titre principal, à prendre en compte les accords conclus le 22 octobre 2009 entre les chaînes de la TNT et les organisations professionnelles des auteurs et des producteurs audiovisuels portant sur le régime de contribution de ces chaînes à la production audiovisuelle, dans la perspective de l'extinction prochaine de la diffusion par voie hertzienne terrestre en mode analogique.

[www.ddm.gouv.fr/article.php?id\\_article=1476](http://www.ddm.gouv.fr/article.php?id_article=1476)

02 | OCTOBRE

La Commission européenne a approuvé la proposition de l'autorité irlandaise de régulation (ComReg) d'abaisser les tarifs d'accès au réseau appliqués par Eircom, l'opérateur de télécommunications en place, à ses concurrents. Dorénavant, Eircom ne fera plus payer les entreprises concurrentes qui utilisent son réseau pour les coûts générés sur des lignes qu'elles n'utilisent pas. Les mesures proposées complètent d'autres mesures importantes adoptées auparavant en vue de faciliter les investissements dans les infrastructures et d'accroître la concurrence sur le marché irlandais du haut débit.

[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1404&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1404&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)



## 08 | OCTOBRE

La Commission européenne a invité l'autorité autrichienne de régulation des télécommunications, Rundfunk und Telekom Regulierungs GmbH (RTR), à suspendre l'adoption de mesures réglementaires concernant la définition du marché autrichien de l'accès au haut débit. La Commission émet de sérieux doutes quant à la compatibilité des dispositions définissant le marché autrichien de l'accès en gros à la large bande avec les règles de l'UE. Dans la notification transmise il y a un mois, RTR n'a pas fourni d'éléments de preuve suffisants pour étayer sa conclusion selon laquelle les connexions mobiles à haut débit pouvaient être considérées comme des substituts aux lignes d'abonné numériques fixes (DSL) et au réseau câblé. La Commission émet également des doutes concernant l'étendue de la définition du marché de gros pour l'accès à haut débit donnée par RTR. Elle a donc demandé à RTR de ne pas adopter la mesure prévue avant qu'elle n'ait statué sur cette proposition.

[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1414&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1414&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

## TELECOM

## 29 | OCTOBRE

La Commission européenne a engagé une action en justice contre la Roumanie parce que celle-ci ne respecte pas les règles de l'UE qui exigent de séparer les instances établissant la réglementation en matière de télécommunications et les instances fournissant des services de télécommunications. La Commission a donc envoyé à la Roumanie une lettre de mise en demeure qui constitue la première étape d'une procédure d'infraction. Il s'agit de la deuxième procédure d'infraction que la Commission a entamée à l'encontre la Roumanie concernant l'indépendance de son autorité de régulation des télécommunications. La première procédure, déjà en cours, a été ouverte en janvier 2009 et concerne la révocation du président de l'autorité de régulation.

[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1624&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1624&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

## 29 | OCTOBRE

La Commission européenne a formulé des observations sur le projet de décision de l'autorité réglementaire italienne des télécommunications (AGCOM) d'imposer des obligations réglementaires sur le marché de l'accès des consommateurs à des services de téléphonie et sur les marchés de gros de l'accès à la large bande. Ces observations portent en particulier sur les engagements

de Telecom Italia, prévoyant une modification profonde de son organisation interne et censés garantir une plus grande transparence et l'absence de discriminations sur les marchés concernés. Ces engagements font partie des obligations proposées et font l'objet de consultations nationales et communautaires.

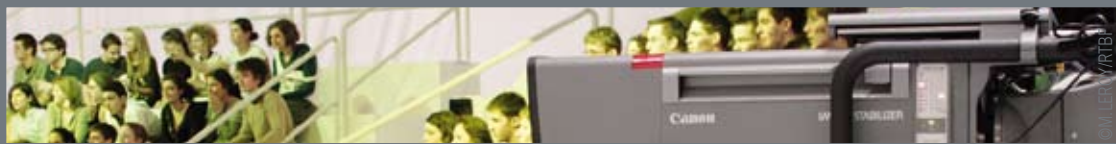
[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1613&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1613&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

## 24 | NOVEMBRE

Le Parlement européen a approuvé définitivement à une large majorité le « paquet télécom », visant à renforcer la concurrence et les droits des consommateurs sur les marchés européens des télécommunications. En vertu de la nouvelle réglementation, les consommateurs bénéficieront d'une plus grande diffusion de l'internet à haut débit en Europe et d'une protection accrue du droit au respect de leur vie privée. Un grand nombre de nouveaux droits leur sera également accordé : le droit de changer d'opérateur de téléphonie fixe ou mobile en un jour ouvrable tout en conservant leur numéro, le droit d'être mieux informés sur les services auxquels ils s'abonnent et le droit d'être informés d'une violation de leurs données à caractère personnel par leurs opérateurs de télécommunications. Les opérateurs devront également offrir à leurs clients la possibilité de conclure un contrat d'une durée maximale de 12 mois. Les autorités nationales des télécommunications seront en outre habilitées à fixer des niveaux de qualité minimale pour les services de transmission en réseau, de façon à promouvoir la « neutralité de l'internet » pour les Européens. De plus, la réforme des télécommunications réaffirmera et renforcera le droit fondamental des consommateurs européens à l'accès à l'internet. Une nouvelle disposition sur la liberté de l'internet établit clairement que, compte tenu des droits fondamentaux des Européens, notamment le droit au respect de la vie privée, les autorités nationales ne peuvent pas restreindre l'accès à l'internet pour des raisons d'intérêt public, à moins d'une procédure équitable et impartiale préalable et d'un recours juridictionnel effectif en temps utile. Cette réforme entrera en vigueur à la date sa publication au JO, prévue le 18 décembre. La création de l'Organe des régulateurs européens des communications électroniques est prévue pour le printemps 2010 et les Etats auront jusqu'en juin 2011 pour transposer les dispositions du paquet de réformes des télécoms dans leur droit national.

[ec.europa.eu/information\\_society/policy/ecommm/tomorrow/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecommm/tomorrow/index_en.htm)  
[www.europarl.europa.eu/news/expert/infopress\\_page/058-65039-327-11-48-909-20091123IPR65038-23-11-2009-2009-false/default\\_en.htm](http://www.europarl.europa.eu/news/expert/infopress_page/058-65039-327-11-48-909-20091123IPR65038-23-11-2009-2009-false/default_en.htm)





## SPECTRE RADIOÉLECTRIQUE

20 | OCTOBRE

Les nouvelles mesures permettant l'utilisation des fréquences GSM par les téléphones 3G ont été publiées au Journal officiel de l'UE. Elles favoriseront la concurrence sur le marché européen des télécommunications et permettront aux opérateurs de fournir plus aisément des services paneuropéens plus rapides, comme l'internet mobile, à côté des services GSM actuels. Elles contribueront aussi au déploiement de services sans fil à haut débit, un des moteurs de la reprise économique de l'Union.

[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1545&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1545&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

29 | OCTOBRE

La Commission a ouvert une procédure d'infraction à l'encontre de l'Allemagne pour non-attribution de la bande de fréquences 2500–2690 MHz à un vaste ensemble de services radio, et notamment les services fixes sans fil. En vertu des règles de l'Union européenne sur l'harmonisation du spectre radioélectrique, tous les États membres doivent veiller à ce que cette bande puisse être utilisée par tous types de service de télécommunications.

[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1614&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1614&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

## CINÉMA

16 | OCTOBRE

La Commission européenne a lancé une consultation publique, ouverte jusqu'au 16 décembre, sur les meilleurs moyens de saisir les opportunités et de relever les défis de la « révolution numérique » dans l'industrie cinématographique de l'UE. Le cinéma numérique, en rendant la distribution des films moins coûteuse et plus souple, peut permettre à davantage de films européens de circuler. Le passage au numérique exige toutefois des investissements importants. Un tiers des cinémas européens risqueraient de fermer à cause du coût élevé de l'équipement numérique à moins que, dès maintenant, ne soient instaurés de nouveaux modèles économiques et des régimes d'aide publique viables. Les résultats de cette consultation alimentera une communication prévue pour le début 2010 et exposant la politique de la Commission en matière de cinéma numérique.

[ec.europa.eu/information\\_society/media/overview/consultations/index\\_fr.htm](http://ec.europa.eu/information_society/media/overview/consultations/index_fr.htm)

## DIVERS

15 | OCTOBRE

L'Union européenne et la Corée du Sud ont paraphé le plus important accord de libre-échange (ALE) jamais négocié entre l'UE et un pays tiers. Cet accord, qui pourrait générer 19 milliards d'€ de nouveaux échanges pour les exportateurs européens, conduira à l'élimination de quasiment tous les obstacles tarifaires et à la suppression de nombreuses barrières non tarifaires entre les deux économies. Un protocole sur la coopération culturelle est joint à cet accord et souligne les caractéristiques particulières de ce secteur, notamment celui de l'audiovisuel. Son entrée en vigueur est prévue pour le second semestre 2010.

[trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/october/tradoc\\_145194.pdf](http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/october/tradoc_145194.pdf)

23 | SEPTEMBRE

L'OMPI (Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle) a signé un accord avec la Fédération internationale des musiciens (FIM) et la Fédération internationale des acteurs (FIA) pour promouvoir les droits des artistes et améliorer le statut des interprètes ou exécutants.

[www.wipo.int/pressroom/fr/articles/2009/article\\_0039.html](http://www.wipo.int/pressroom/fr/articles/2009/article_0039.html)

14 | OCTOBRE

Le ministère français de la culture et de la communication a publié les résultats d'une enquête sur « *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique* » qui mesure l'impact de l'internet sur la consommation des médias traditionnels (télévision, radio, presse écrite) et les pratiques culturelles. Si « *la montée en puissance de la culture d'écran* » se fait au détriment des usages traditionnels, le bouleversement lié du numérique ne fait pourtant que prolonger une évolution entamée depuis déjà plusieurs décennies. Seules véritables ruptures : la durée d'écoute de la radio « *qui a baissé de manière importante* » et celle de la télévision qui marque le pas.

[www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/08resultat.php](http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/08resultat.php)

18 | NOVEMBRE

D'après un nouveau rapport publié par la Commission européenne, les services mobiles à haut débit ont enregistré une augmentation de 54% depuis janvier et leur taux de pénétration atteint 4,2% de la population. Des plus, les connexions internet à haut débit en Europe sont de plus en plus rapides ce qui permet l'utilisation du web 2.0 et la lecture vidéo en transit.

[ec.europa.eu/information\\_society/eeurope/i2010/benchmarking/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/benchmarking/index_en.htm)

**EN AUDIOVISUEL**, monde académique et monde de la pratique peinent à se rencontrer. Méfiance ou méconnaissance respectives ? Depuis le début 2009, le CSA s'est résolument lancé dans des actions d'ouverture au monde académique dans l'intérêt de déployer la recherche sur l'audiovisuel et plus particulièrement sur la régulation.



MURIEL HANOT

## LA RECHERCHE SUR L'AUDIOVISUEL: ÉTAT DES LIEUX ET PERSPECTIVES

Dans le courant de cette année 2009, le CSA a successivement lancé le Prix du mémoire, mis en place des mandats de chercheurs en résidence et ouvert son centre de documentation au public. Ces trois initiatives, qui sortent du champ « traditionnel » de la régulation et qui sont appelées à grandir et à s'imposer avec le temps, s'inscrivent dans le cadre d'une politique volontaire d'échange avec le monde académique. Elles ont pour objectif de stimuler et susciter la réflexion sur l'audiovisuel (et plus particulièrement sur sa régulation) de manière à en soutenir la compréhension et le développement.

Non que la réflexion dans le domaine soit négligeable. Les médias et la communication séduisent de nombreux étudiants, en Belgique comme ailleurs. Mais là où le nombre d'étudiants culmine, particulièrement dans les départements de communication, les doctorants sont plutôt rares. Les données Eurostat témoignent du phénomène : en Communauté française, les étudiants en journalisme et information, surtout

« Les médias et la communication séduisent de nombreux étudiants, en Belgique comme ailleurs. Mais là où le nombre d'étudiants culmine, les doctorants sont plutôt rares »

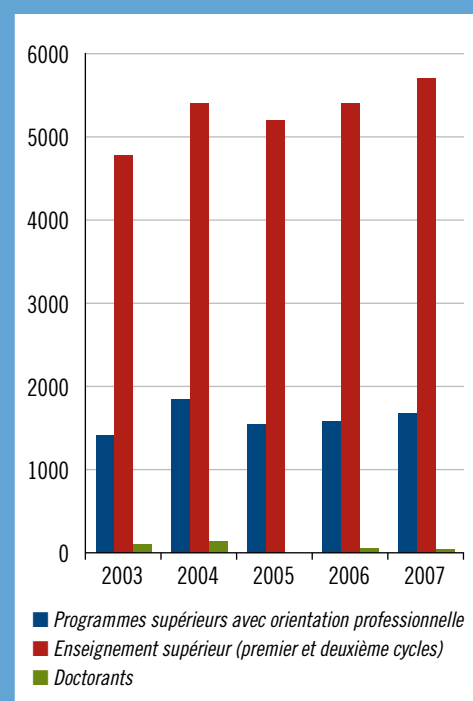
dans l'enseignement supérieur de premier et deuxième cycles augmentent d'année en année, tandis que dans le même temps, les doctorants suivent une progression plus aléatoire et nettement moins marquée.

L'état des lieux de la recherche belge sur les médias, mené récemment à l'initiative de deux chercheurs finlandais, appuie ce constat, soulignant une situation plus critique encore côté francophone : « *Careers in communication research and obtaining a PhD do not attract as many students in Francophone Belgium as in the Flemish parts of the country. However, the doctoral degree has begun to be more valued in industry* »<sup>1</sup>.

Cette différence d'« investissement » dans la recherche entre doctorants du nord et du sud du pays s'inscrit dans un cadre général de recherche également distinct. Du moins lorsque l'on se concentre sur le champ de la communication<sup>2</sup>. Relativement récente, la discipline s'est construite en référence à divers courants. En Belgique, ces courants liés à des zones d'influence distincte ont suivi la frontière linguistique : « *The dominant orientations in the universities in Flanders are media effects, political economy and cultural studies. The Flemish researchers draw their influences mainly from Anglo-American research traditions, and they participate in the international academic community in the English language. Applied research in the fields of new media and information and communication technology (ICT) is growing. The main areas of the media and communication research in universities in Wallonia are journalism, information sciences, visual culture and various qualitative approaches to media analysis. The Walloon scholars are strongly influenced by research going on in France, but they are also open to Anglophone orientations* »<sup>3</sup>.

Bien sûr, l'intérêt pour les médias dépasse largement le seul champ de la communication. D'autres disciplines s'y intéressent diversement : marketing, droit, économie... Les interlocuteurs sont donc variés, tout autant que les spécialisations. Mais le constat

Nombre d'étudiants de l'enseignement supérieur en journalisme et information (Communauté française)



Source : Eurostat

1. Liina Puustinen et Itir Akdogan, *Mapping Media and Communication Research: Belgium*, Communication Research Centre, University of Helsinki, Department of Communication, Research Reports 7/2008, p. 31.  
2. L'étude ne cible que les départements de communication des différentes universités belges.  
3. *Ibid.*, p. 2.

« Du côté francophone, la recherche sur la régulation a plutôt été jusqu'ici le fait d'auteurs isolés. Une tendance qui tend sans doute à s'estomper aujourd'hui »

des auteurs finlandais est sans équivoque. Il pourrait expliquer l'intérêt plus vif des chercheurs flamands pour les questions de régulation, alors que du côté francophone, la recherche sur le sujet a plutôt été jusqu'ici le fait d'auteurs isolés. Une tendance qui tend sans doute à s'estomper aujourd'hui, avec le développement de centres de recherche plus spécialisé, sur les nouvelles technologies notamment, mais aussi le lancement d'une école doctorale commune à toutes les universités francophones.

Un autre point de scission avec la Flandre met en lumière le lien nécessaire mais difficile qui unit monde académique et monde de la pratique. La recherche en Flandre paraît davantage appliquée. A titre d'exemple, à la VUB le centre d'études SMIT (Studies on Media, Information and Telecommunication) a au cours des cinq dernières années pris de l'ampleur grâce à la politique de subsidiation du gouvernement flamand qui a encouragé les partenariats de recherche entre industrie et universités spécialement dans le domaine des NTIC<sup>4</sup>. Les auteurs de Mapping Media and Communication estiment ainsi que : « *Applied research is common at Flemish speaking universities and it is strongly focused on the field of information and communication technology. The Wallonian region has the same focus with less applied research. In both communities, most of the applied research is conducted on the use of new technologies in public administration, e-government and e-life* »<sup>5</sup>.

De fait, l'intérêt du secteur des médias pour la recherche est réel. Il aspire à connaître plus avant les découvertes et connaissances qui sont déployées. Il n'hésite d'ailleurs pas à développer lorsqu'il en a les moyens ses propres instruments de mesure et d'analyse. Mais il s'accommode mal du temps de la

réflexion. De son côté, les chercheurs espèrent financement et reconnaissance, mais craignent aussi les dérives d'une recherche « marketing » tournée vers la rentabilité immédiate.

Ce décalage entre monde de la recherche et monde de la pratique gagne à être dépassé. Par l'investissement dans une recherche davantage ajustée au monde mouvant des médias, sans doute. Par une mise en avant plus poussée des différents travaux de recherche, sûrement. La difficulté du chercheur à valoriser son diplôme, la difficulté qu'il a de faire carrière dans et en dehors de l'université freinent certainement les engagements individuels. L'intérêt de

faire se rencontrer les deux mondes, professionnels et académiques, est donc réel. C'est en ce sens que ce 360° réunit, pionnier « hors champ » de la recherche sur la régulation, responsable d'école doctorale nouvellement née et éditeur volontairement impliqué dans la recherche... Comme autant de facettes d'un seul et même enjeu : la valorisation de la recherche.

4. Ibid., p. 28.  
5. Ibid., p. 54

Date limite de dépôt des candidatures :  
30 octobre 2009

2<sup>e</sup> édition

**PRIX DU CSA**

**Le Conseil supérieur de l'audiovisuel lance la 2<sup>e</sup> édition du « Prix du CSA », d'un montant de 2500 €, attribué à un mémoire universitaire**

**Ce prix a pour objectif** de distinguer un mémoire inédit de deuxième cycle universitaire (ou d'un enseignement de type long de niveau universitaire), soutenu à l'issue de l'année académique 2008-2009 et ayant reçu au minimum une note équivalant à une grande distinction.

**Ce mémoire doit apporter** une contribution originale à la compréhension et à la réflexion sur les enjeux juridiques, économiques, sociologiques, politiques, culturels, technologiques ou créatifs de l'audiovisuel.

**Le Prix du CSA s'adresse** aux étudiants inscrits régulièrement dans une université (ou une école supérieure de type universitaire) de la Communauté française de Belgique.

**Le prix sera remis** au lauréat en mars 2010, lors de la séance de présentation du rapport annuel du CSA.

Les formulaires de candidature et le règlement peuvent être téléchargés sur [www.csa.be/prixmemoire](http://www.csa.be/prixmemoire)



FRANÇOIS JONGEN

## QUE FAIT LA POLICE ? SOUVENIRS PERSONNELS DE VINGT ANS DE RECHERCHES SUR LA RÉGULATION DES MÉDIAS

Il existe, en Communauté française de Belgique, un Conseil supérieur de l'audiovisuel depuis 1987, et, pour ceux qui aiment à s'enorgueillir de ce genre de choses, on précisera que le petit David du Nord a ainsi précédé le grand Goliath

*« En Belgique en général et en Communauté française en particulier, on était loin, à la fin des années 80, d'avoir atteint le même niveau de développement en matière de régulation des médias que le plupart des autres pays européens »*

du Sud : ce n'est qu'en 1988 qu'en France, alternance politique obligeant alors, un Conseil Supérieur de l'Audiovisuel a remplacé la CNCL (Commission Nationale pour la Communication et les Libertés) qui, deux ans plus tôt (alternance politique obligeant aussi), avait elle-même remplacé la Haute Autorité. Mais le CSA belge qui exista de 1987 à 1997 n'avait pas grand-chose à voir

avec celui qu'on connaît aujourd'hui : se rattachant certes à la sphère administrative, il n'était ni une autorité – faute de pouvoir décisionnel – ni indépendant du secteur audiovisuel (tout au contraire, on y cultivait le conflit d'intérêt puisqu'on ne venait y siéger que quand on avait un intérêt personnel ou fonctionnel au dossier traité).

Pourtant le Président de ce CSA version 1.0 était déjà bien conscient qu'il faudrait un jour aller plus loin que ce simple organe consultatif, et c'est à lui que je dus, jeune assistant en droit public – le droit des médias n'était pas encore reconnu comme une spécialité – d'être associé aux travaux d'un petit groupe qui, dans l'orbite du European Institute for the Media (EIM) alors installé à Manchester, réfléchissait à la régulation de l'audiovisuel en Europe : je dois ainsi à Robert Wangermée de m'avoir aiguillé vers le sujet de recherches qui, tout naturellement, allait devenir celui de ma thèse de doctorat.

C'est que, en Belgique en général et en Communauté française en particulier, on était loin, à la fin des années 80, d'avoir atteint le même niveau de développement en matière de régulation des médias que le plupart des autres pays européens : le pays était à la traîne, conservant alors un modèle de régulation purement politique de l'audiovisuel, avec le risque réel de favoriser, que ce soit dans les procédures d'attribution d'autorisation ou dans les processus de surveillance (les absences de surveillance ?) les collusions occultes entre médias et politiques au détriment de la recherche de la légalité et de l'intérêt général.

Entreprise en 1989, ma thèse dut prendre l'apparence d'une thèse de droit public et, en l'occurrence, de droit administratif : au concept de régulation de l'audiovisuel, encore mal appréhendé et suspect de relever plutôt du droit économique, voire de la science économique, on me pria donc de



François JONGEN

- III Docteur en droit de l'UCL et licencié en journalisme de l'ULB.
- III Avocat spécialiste en droit des médias et professeur à l'Université de Louvain où il enseigne notamment le droit des médias et le droit de la culture.
- III Auteur d'un grand nombre d'articles et d'ouvrages juridiques.



Emmanuel TOURPE

- III Responsable de la programmation TV de la RTBF.
- III Docteur en philosophie (UCL) et habilité à diriger les recherches (Université de Strasbourg). Successivement assistant à l'UCL, chargé de recherches du FNRS, puis responsable du Département des Etudes stratégiques de la RTBF de 2001 à 2006.
- III Ses nombreuses publications scientifiques sont d'ordre philosophique.



François HEINDERYCKX

- III Professeur ordinaire à l'Université Libre de Bruxelles où il enseigne la sociologie des médias, la communication politique et les méthodes de recherche.
- III Directeur du Département des Sciences de l'information et de la communication
- III Président d'ECREA (European Communication Research and Education Association).



André HELBO

- III Professeur à l'Université Libre de Bruxelles où il enseigne la sémiologie générale et des médias et l'étude des arts du spectacle vivant.
- III Président de l'école doctorale en Sciences de l'information et de la communication (FNRS)
- III Membre de l'Académie royale de Belgique.

substituer – carpe, je te baptise lapin – celui, plus familier et donc plus rassurant mais à dire vrai assez similaire, de police administrative. L'idée de base était simple, mais méritait démonstration à la lumière des expériences étrangères : il y a une impossibilité ontologique pour une autorité politique à réguler efficacement le secteur des médias, tant il est vrai que les hommes et femmes politiques sont persuadés – à tort ou à raison – d'avoir besoin des médias pour favoriser leur réélection (et donc la pérennité de leur action), et il est donc indispensable de recourir au modèle alternatif de l'autorité administrative indépendante pour assurer la régulation de ce secteur. Basé sur une démarche comparative, mon travail avait aussi une finalité interne : aboutir à un changement de fonctionnement en Belgique.

Quatre ans de travail soutenu aboutirent donc à la publication, début 1994 chez Bruylant et LGDJ, d'un opus intitulé « *La police de l'audiovisuel. Analyse comparée de la régulation de la radio et de la télévision en Europe* ». Seize ans plus tard, l'ouvrage a forcément vieilli dans pas mal de ses références, mais semble garder une certaine pertinence dans sa typologie des fonctions de la régulation des médias. Certains m'ont même dit s'être inspiré de son contenu pour rédiger ce qui allait devenir, en 1997, le décret instituant le CSA tel qu'on le connaît aujourd'hui, même si je dois préciser n'avoir jamais été invité en tant qu'expert, ni en 1997 ni lors de la réforme de 2003 qui allait étendre encore les pouvoirs du CSA, aux travaux parlementaires.

Non pas que les voix universitaires n'aient pas été entendus par le Parlement de la Communauté française, mais sans doute parce que j'étais devenu politiquement suspect : nommé au Conseil d'administration de la RTBF sur le quota du parti Ecolo, j'y siégeai de 1991 à 1995, entreprenant notamment de combattre au Conseil de la concurrence, seul contre tout le reste du C.A., le système publicitaire TVB, construction juridique originale des gouvernements de l'époque qui imposait aux annonceurs d'acheter deux spots publicitaires sur la chaîne privée pour pouvoir en diffuser un sur la chaîne publique et, dans le même temps, contraignait la RTBF à rétrocéder à RTL une partie de ses recettes publicitaires. Cette façon un peu personnelle de contester l'influence du politique dans le fonctionnement des médias me valut notamment, dix jours avant la défense publique de ma thèse de doctorat au printemps 1993, de me retrouver à ferrailer sur un plateau de télévision (l'émission « Les pieds dans le plat ») avec le ministre de l'audiovisuel de l'époque m'annonçant que, parti comme cela, j'avais peu de chance de réussir mon doctorat.

Quatre ans plus tard, la Communauté française allait pourtant suivre la plupart des Etats européens et transformer le CSA en une véritable autorité administrative indépendante chargée d'assurer la régulation de l'audiovisuel. A la même époque, les travaux sur la régulation du petit groupe de l'EIM (passé entretemps à Düsseldorf) aboutirent, eux, à la création de l'EPRA, la Plateforme Européenne des Autorités de Régulation des Médias qui rassemble aujourd'hui 52 autorités nationales. Aujourd'hui, l'indépendance de la régulation apparaît comme

une évidence, et on n'imagine plus de revenir en arrière, que ce soit en Belgique ou ailleurs en Europe : c'est aussi que le Conseil de l'Europe et – beaucoup plus timidement – l'Union européenne sont passées par là depuis et ont souligné que cette indépendance des régulateurs était indispensable pour assurer un fonctionnement démocratique des médias.



EMMANUEL TOURPE

## AU RISQUE DE L'ABSTRACTION : LA RECHERCHE AUDIOVISUELLE COMME AIDE À LA DÉCISION

On connaît l'adage : l'idiot regarde le doigt de celui qui lui montre le chemin. Il y a malentendu chaque fois que des professionnels de terrain prennent pour argent comptant des résultats issus de la recherche, alors que ceux-ci, par leur nature heuristique même, ont une portée limitée et forcément indicative. Il est frappant, pour ne donner que l'exemple le plus trivial dans les médias, de constater le fétichisme parfois comique que suscitent les données d'audience – dont les bases statistiques, fondées sur la théorie des grands nombres, devraient au contraire inviter à la plus extrême prudence d'interprétation.

Il arrive aussi que le fou montre son doigt quand on lui demande le chemin. On ne peut nier qu'il y ait une forme d'ivresse à dominer de toute sa stature de chercheur la réalité désordonnée et angoissante des médias, pour lui donner une forme théorique, en prescrire les grandes lois ou l'unité de fond. La douce chaleur d'un bureau universitaire, au calme parmi les imposants outils de références, confine à la sérénité du ciel où les dieux observent impavides les activités humaines – au point parfois de ne plus rien respirer de l'atmosphère turbulente et complexe de la vie audiovisuelle.

Bref : les relations entre le monde de la recherche sur l'audiovisuel et les professionnels des médias sont loin d'être claires. Entre abstraction d'un côté, et fascination de l'autre, il est parfois difficile de ménager un rapport équilibré qui fasse la part des choses.

Du point de vue qui est le nôtre, et qu'on peut illustrer à partir de pratiques internes à la RTBF, il nous semble que la plus juste relation est d'ordre pragmatique : la recherche, par la prise de distance qu'elle suppose, est indispensable à l'exercice concret de la vie audiovisuelle, mais au titre d'aide à la décision parmi d'autres. Elle est nécessairement requise, dans ses limites mêmes et sans excéder son rang épistémologique propre, afin d'objectiver au maximum motifs et mobiles et de réduire les risques décisionnaires.

C'est dans ce contexte d'aide, non décisive, à la décision, que s'inscrivent, en particulier à la RTBF, les relations de la programmation au Département des Etudes, que nous avons d'ailleurs contribué à développer voici quelques an-

*« Il est impératif qu'un Département de recherche ne se transforme pas en pur service de marketing dans une entreprise : il doit garder un caractère de distance, d'abstraction, de manière à rester un juge impartial et un arbitre d'une neutralité scientifique parfaite »*



nées. Les recherches organisées et centralisées par ce dernier sont impliquées à tous les niveaux de la décision.

En amont tout d'abord : les Etudes sont sollicitées en permanence pour donner du public, de ses attentes, de ses motivations et même de son état d'esprit, un compte rendu détaillé ; on requiert une mise à jour du budget-temps de celui-ci, on l'interroge de manière roulante sur l'image qu'il se fait des chaînes du paysage audiovisuel. On étudie surtout trois composantes principales, à savoir les attentes subjectives vis-à-vis des chaînes consommées, le lien sub-objectif aux chaînes pratiquées, et le jugement objectif de valeur sur les chaînes connues. A ce niveau, on tient compte

*« On ne peut nier que l'Université ait un réel progrès à accomplir pour rendre ses productions plus éclairantes pour les médias, et pour s'intéresser d'avantage à la vie quotidienne du terrain qu'elle est sensée étudier »*

évidemment des percées de la sociologie contemporaine, qui se détache peu à peu des conclusions de Bourdieu pour se concentrer sur la segmentation individuelle des modes de consommation.

Etudes et recherches sont également nécessitées au cœur de l'acte décisionnel : en particulier, on requiert de la recherche qu'elle scénarise l'impact possible de certains choix sur le public,

en fonction des données archivées et d'hypothèses variées de concurrence.

Enfin, les Etudes sont associées à l'étude des conséquences des décisions prises, dans leur évaluation et leur remise en question. La notion d'audience a ici une grande utilité, mais elle ne saurait être déconnectée des résultats des grands qualimats mis en place à la RTBF depuis bientôt 5 ans.

Appelée à éclairer le contexte préliminaire de l'action, à en suivre le développement et à en mesurer les effets, la recherche est une compagne permanente de la programmation des chaînes de la RTBF et exerce, de ce point de vue, une fonction majeure. Elle reste cependant un instrument d'aide à la décision, parmi d'autres (données budgétaires, stratégiques, stock, priorités...). Elle formalise et conceptualise mais ne se substitue ni à l'instinct du programmateur, ni à la libre geste managériale ou à son expérience.

Il est impératif, en revanche, qu'un Département de recherche ne se transforme pas en pur service de marketing dans une entreprise : il doit, nous semble-t-il, garder un caractère de distance, d'abstraction, de manière à rester un juge impartial et un arbitre d'une neutralité scientifique parfaite.

Les médias ont donc un besoin de recherche à la fois *essentiel* et *permanent*.

Si les études et enquêtes internes sont à ce point intégrées à la décision programmatique, il reste néanmoins que le gros point noir concerne les relations d'un média tel que la RTBF avec la recherche universitaire pure – et réciproque-

ment. Les travaux académiques sont peu ou pas connus, peu ou pas utiles, en raison du fait que leurs objets n'ont souvent qu'un rapport lointain avec les besoins immédiats de l'entreprise audiovisuelle – et qu'ils portent trop régulièrement sur l'information seule. S'il ne s'agissait que du libre jeu de la recherche fondamentale, qui doit pouvoir se déployer sans contrainte, on ne pourrait que louer cette efficacité relative; mais dans bien des cas la cause est tout autre et vient surtout du fait que certaines recherches se prennent elles-mêmes pour finalité et ne prétendent pas mordre sur la vie réelle des entreprises médiatiques.

De ce point de vue, on ne peut nier que l'Université ait un réel progrès à accomplir pour rendre ses productions plus éclairantes pour les médias, et pour s'intéresser d'avantage à la vie quotidienne du terrain qu'elle est sensée étudier. A force de produire des articles fondés sur des articles qui se fondent sur des ouvrages, la recherche universitaire pourrait perdre pied avec son propre objet d'étude et creuser le fossé déjà menaçant entre l'ordre académique et celui de la pratique médiatique. Il y a là un risque à mesurer, et sans doute aussi un effort à fournir que nous appelons de nos vœux.



FRANÇOIS HEINDERYCKX  
ANDRÉ HELBO

## LA RECHERCHE EN AUDIOVISUEL : TENDANCES ET ENJEUX

### Audiovisuel ?

L'audiovisuel constitue l'exemple typique de l'objet d'étude qui non seulement se prête, invite et même exige un examen multidisciplinaire. Outre les disciplines générales telles que le droit, l'économie ou la sociologie, l'audiovisuel est au confluent de plusieurs disciplines plus spécialisées : études visuelles, sémiotique, éthique, études littéraires, etc. L'objet est envisagé de multiples manières (comme support, comme terrain, comme discours, comme représentation vécue) et se révèle par ailleurs difficilement dissociable d'autres productions médiatiques. Son mode d'approche est également plurimodal : l'audiovisuel recouvre la production des médias traditionnels (télévision, théâtre, cinéma), et nouveaux (numériques), la publicité, la réception, etc. Une dernière caractéristique du champ est son émergence et sa labilité : de la télévision « compassionnelle » à l'usage des baladeurs numériques ou des blogs, les dispositifs évoluent constamment et obligent le chercheur à revoir ses hypothèses. Corollairement, cette volatilité devrait contraindre l'industrie et les pouvoirs publics à soutenir structurellement et dans la durée des efforts de recherche en la matière.

*« Lorsqu'il est question de recherches en audiovisuel, c'est bien le pluriel qui s'impose et le profil des jeunes doctorants engagés dans leurs projets reflète bien la diversité »*

## Communication

La visibilité des productions audiovisuelles comme objet de savoir est aujourd'hui attestée à la fois par l'ancrage dans la pratique sociale et par la professionnalisation, par les techniques et les usages sociaux. Lorsqu'il est question de recherches en audiovisuel, c'est bien le pluriel qui s'impose et le profil des jeunes doctorants engagés dans leurs projets reflète bien la diversité. On peut identifier au moins trois types de préoccupations : théorique (la confrontation à des enjeux notamment sociaux de la communication) ; méthodologique (la "mise à l'épreuve" d'objets sociaux) ; pratique et opératoire (les applications aux échantillons, corpus et terrains).

Rien d'étonnant donc à ce que les médias et l'audiovisuel aient suscité un nombre considérable d'investigations, qui ont joué un rôle décisif dans la genèse et le développement de la communication comme domaine de recherche, comme centre de gravité d'une myriade d'objets, d'enjeux et de méthodes.

Ce domaine, issu d'une espèce de ventriloquie qui l'a amené à importer des savoirs, tire sa force de sa conscience critique à l'endroit de ses propres engagements épistémologiques. Lazarsfeld, Adorno, Horkheimer, Watzlawick, et autres Habermas ou Goffman n'ont jamais reconstitué les pans d'une connaissance globale que, simplement, ils méconnaissaient. C'est par la suite que s'est défini un geste qui a constitué les médias, l'image, l'audiovisuel en vecteurs de communication observables. En un deuxième temps, l'attention s'est déplacée vers les conditions de construction de l'hypothèse faisant exister le fait audiovisuel ou médiatique. Enfin, on a pris en compte le processus par lequel l'image de l'objet suscite des attentes, des échanges ou des expériences de réception, en se laissant emporter parfois dans des fantasmes absurdes de théories générales et définitives (voir par exemple les tentatives désespérées et désespérantes sur la toujours populaire question des effets des médias).

En d'autres termes, le travail d'explicitation des règles d'opération et les débats liminaires situant les théories dans la problématique communicationnelle constituent des étapes essentielles de la démarche.

## La recherche doctorale

Le paysage institutionnel de la recherche en matière d'audiovisuel a été recomposé depuis 2004 à la suite de la création des écoles doctorales. Alors que dans les universités françaises la définition des champs est laissée à l'initiative des acteurs culturels, en Belgique, un décret traduisant à sa façon le Processus de Bologne définit les contours de la recherche en communication : l'école doctorale en SIC (sciences de l'information et de la communication), par essence interuniversitaire, couvre, outre le secteur infocom désigné par l'intitulé principal, la communication multilingue, les TIC, le

spectacle vivant et le cinéma (ces deux derniers étant, par le même décret, sommés de s'effacer derrière une appellation unique d'Arts du spectacle).

Cette structure traduit la porosité d'un territoire qui, s'il est aujourd'hui balisé de repères reconnus, se caractérise néanmoins par un périmètre en constante redéfinition. Les découpages pédagogiques sont redessinés, le croisement des disciplines est encouragé et le chassé-croisé entre théorie et pratique ne cesse de nourrir la démarche du chercheur.

Pour les jeunes doctorants, la création des écoles doctorales, sauf à ouvrir les frontières et à favoriser l'internationalisation, n'a pas fondamentalement modifié la situation : certains bénéficient d'une structure universitaire de financement, d'autres mènent leur projet de front avec leurs activités professionnelles. En revanche, la mise en place de formations doctorales, construites le plus souvent bénévolement par les universités, fournit à tous un encadrement, un lieu de parole et d'échanges avec les pairs.

*« La mise en place de formations doctorales, construites le plus souvent bénévolement par les universités, fournit à tous un encadrement, un lieu de parole et d'échanges avec les pairs »*

Entre l'écueil d'une scolarisation indigène susceptible de freiner l'innovation et le bénéfice d'un encadrement bien pensé favorisant le travail d'équipes, l'équilibre n'est pas toujours facile à trouver. Cependant la dynamique amorcée commence à porter ses fruits. La structuration du champ et des équipes de recherche s'intéressant à l'audiovisuel constitue à la fois une difficulté et un défi. L'enjeu est double :

- prendre appui sur une véritable identité SIC, tirer parti de la synergie pluridisciplinaire pour construire des objets et des méthodologies innovantes par exemple autour de la construction de l'image, de l'événement à l'écran, sur scène ; à long terme, le développement de recherches croisées constitue sans doute l'atout majeur du domaine ;
- exploiter les questionnements sur l'objet audiovisuel pour mettre celui-ci à distance et s'interroger sur la théorie et les champs d'application (notamment les métiers de l'audiovisuel) en pleine mutation.

**UNE NOUVELLE FORME DE PUBLICITÉ** va prochainement faire son apparition sur nos écrans : le placement de produit. A l'heure où les marques s'invitent dans les programmes, le CSA souhaite informer les téléspectateurs et responsabiliser les éditeurs sur cette pratique.

## LE PLACEMENT DE PRODUIT : JUSQU'OUÙ LES MARQUES PEUVENT- ELLES INTÉGRER LES PROGRAMMES?

LE PROGRAMME QUI SUIT CONTIENT  
DES PLACEMENTS COMMERCIAUX  
DE PRODUITS, MARQUES OU SERVICES



*Ce logo a été créé par Lieve Vanoverbeke de la VMMA  
(la société qui édite notamment VTM)*

### Qu'est ce que le placement de produit ?

Le placement de produit est une forme de communication commerciale, comme la publicité, le parrainage, ou l'auto-promotion. Elle consiste à insérer un produit, un service ou leur marque dans un programme, moyennant paiement ou une autre contrepartie. Elle se distingue de la publicité par le fait que le produit est placé dans un programme et non dans les écrans publicitaires clairement distincts des programmes. Un produit placé peut par exemple être une boisson consommée par les intervenants d'une émission de divertissement, la voiture d'une héroïne de série, le mobilier du décor d'un programme de télé-réalité. Le placement de produit est une pratique relativement courante dans les productions cinématographiques. Le dernier James Bond, qui met en scène plus d'une trentaine de produits et de marques (montres, voitures...), figure parmi les films qui offrent les exemples les plus flagrants de placement de produit. On peut distinguer deux formes de placement de produit : le placement de produit contre paiement et le « placement d'accessoires ». Le placement d'accessoires consiste pour un annonceur à fournir un bien ou un service en vue de l'inclure dans un programme, sans qu'aucun paiement n'intervienne. Il s'agira par exemple des accessoires de production et des lots.

### Le placement de produit est-il autorisé ?

Le placement de produit a fait son apparition dans la réglementation audiovisuelle de la Communauté française avec le décret du 5 février 2009 qui transposait la directive européenne sur les services de médias audiovisuels (« directive SMA »). La directive SMA du 11 décembre 2007 a introduit la notion de placement de produit et admet sa pratique dans différents types de programmes, moyennant le respect de certaines conditions. Il s'agit donc d'une autorisation partielle et conditionnelle. Elle n'est applicable qu'aux télévisions (donc pas aux radios). Le placement de produit est désormais réglementé à l'article 21 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, pour les programmes produits après le 19 décembre 2009. Le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA a adopté une recommandation sur le placement de produit, afin de préciser les contours et critères de cette nouvelle pratique, dans un souci de transparence et de sécurité juridique.

### Quels sont les programmes concernés par le placement de produit ?

Le degré d'autorisation du placement de produit est variable en fonction des types de programmes. Les programmes pour enfants et les journaux télévisés ne peuvent faire l'objet d'aucun placement de produit. Avec cette interdiction totale, le législateur de la Communauté française est allé plus loin que la directive pour mettre en place une réglementation cohérente avec celle en vigueur pour la publicité. Dans tous les autres types de programmes, le placement d'accessoires est autorisé. Le placement de produit contre paiement n'est accepté que dans œuvres de fiction cinématographique et télévisuelle (séries, téléfilms), dans les programmes sportifs (retransmissions de matchs, émissions sportives) et dans les programmes de divertissement (jeux, émissions de variétés, télé-réalité...).

### Tous les produits peuvent-ils être placés dans un programme ?

Non. La directive SMA interdit le placement de produits du tabac ou de cigarettes et le placement de produits émanant d'entreprises dont l'activité principale est la fabrication ou la vente de cigarettes et d'autres produits du tabac, ainsi



que le placement de médicaments disponibles uniquement sur ordonnance. Ces interdictions n'ont pas fait l'objet d'une transposition dans la législation audiovisuelle de la Communauté française dans la mesure où ces matières relèvent de la compétence du législateur fédéral.

## Quelles sont les conditions à respecter ?

Un programme qui comporte du placement de produit doit dans tous les cas répondre aux quatre conditions énoncées dans le décret : son contenu et sa programmation ne doivent pas être influencés de manière à porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale de l'éditeur de services ; ils n'incitent pas directement à l'achat ou à la location de biens ou de services, notamment en faisant des références promotionnelles spécifiques à ces produits ou services ; ils ne mettent pas en avant de manière injustifiée le produit en question ; ils sont clairement identifiés comme comportant du placement de produit.

Si le programme ne respecte pas une ou plusieurs de ces conditions, le placement de produit sera illégal. Par exemple, si l'animateur d'une émission de variétés désigne l'ordinateur qui a été prêté à la production en disant : « courez l'acheter, stock limité ! », il s'agira d'une incitation directe à l'achat ; si le héros d'une série apparaît systématiquement avec la canette d'un soda en main, le produit pourra être considéré comme mis en avant de manière injustifiée. La recommandation du Collège d'autorisation et de contrôle sur le placement de produit donne des précisions sur ces conditions et sur la manière dont le CSA les interprétera dans ses décisions à venir.

## Comment le téléspectateur peut-il savoir qu'un programme comporte du placement de produit ?

Quelle qu'en soit la forme, la communication commerciale doit pouvoir être reconnaissable comme telle par le téléspectateur afin qu'il ne soit pas induit en erreur. Ainsi, la publicité fait l'objet d'une règle de stricte séparation avec les programmes. Le risque de confusion dans le cas du placement de produit est d'autant plus important que le produit fait l'objet d'une inclusion au sein même d'un programme. Le législateur européen, repris par le législateur communautaire, a souhaité garantir une information effective du téléspectateur en exigeant que les programmes qui comportent du placement de produit soient identifiés de manière appropriée au début et à la fin de leur diffusion et lorsqu'ils reprennent après une interruption publicitaire. Après discussions avec les acteurs concernés, le Collège d'autorisation et de contrôle a défini dans sa recommandation du 17 décembre 2009 les modalités d'identification des programmes comportant du placement de produit. Il recommande aux éditeurs de mettre en place un procédé en deux temps. Une phase « pédagogi-

que » pendant les trois premiers mois vise à familiariser le téléspectateur avec la notion du placement de produit, encore largement méconnue du grand public. Il s'agit donc de signaler la présence d'un placement de produit, tout en explicitant le terme. Un panneau plein écran associera un pictogramme d'identification et une mention explicative avant les programmes concernés, et le pictogramme seul apparaîtra pendant 10 secondes à la fin du programme et lorsqu'il reprend après une interruption publicitaire. A l'issue de cette première phase, le pictogramme auquel les téléspectateurs auront été familiarisés, apparaîtra seul en bas d'écran pendant 10 secondes au début et à la fin des programmes, ainsi qu'à la suite des interruptions publicitaires.

## Le CSA exerce-t-il un contrôle sur le placement de produit ?

Oui. Un téléspectateur peut déposer plainte auprès du CSA s'il estime qu'un programme comportant du placement de produit ne répond pas aux conditions du décret ou s'il constate qu'un produit a été placé dans un programme pour enfants ou un journal télévisé. Le Collège d'autorisation et de contrôle examinera la légalité du placement de produit incriminé au regard des règles décrétales et selon les lignes interprétatives qu'il a définies dans sa recommandation, et pourra prononcer une sanction. En adoptant sa recommandation, le CSA a voulu agir préventivement sur les placements de produits illégaux en définissant des bonnes pratiques à destination des éditeurs responsables.

## Quel placement de produit (PP) pour quel programme ?

PP interdit	Seulement placement d'accessoires	Placement d'accessoires + PP contre paiement
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programmes pour enfants</li> <li>• JT</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programmes d'actualités</li> <li>• Documentaires</li> <li>• Emissions culturelles</li> <li>• Programmes d'éducation permanente</li> <li>• Programmes religieux, de morale non confessionnelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fictions cinématographiques</li> <li>• Séries</li> <li>• Téléfilms</li> <li>• Retransmissions sportives</li> <li>• Jeux</li> <li>• Téléréalité</li> <li>• Emissions de variétés</li> </ul>

**DEUX BELGES FRANCOPHONES** à la tête de l'UER et de l'ACT, soit les deux plus grandes plateformes de l'audiovisuel européen, c'était du jamais vu. C'était donc aussi une occasion à ne pas manquer de confronter les points de vue de Jean-Paul Philippot (RTBF-UER) et de Philippe Delusinne (RTL-ACT) sur leurs points communs et leurs différences, les défis qui les attendent, et les nouveaux types de régulation qu'ils souhaitent voir émerger.

## LA TÉLÉVISION EN EUROPE VUE PAR DEUX PATRONS BELGES

**Comment expliquez-vous que les deux principaux acteurs du paysage audiovisuel belge francophone soient présidents de l'UER et de l'ACT ?**

III Philippe Delusinne – Premier élément : notre présence à Bruxelles. L'UER et l'ACT ont des contacts avec la Commission européenne et la proximité géographique rend les choses plus simples. Autre élément : nous sommes au cœur de l'Europe, avec le sud de la Belgique, plutôt latin, et le nord, plus anglo-saxon. Dans un petit pays comme la Belgique, on est habitué au métissage culturel. Troisième élément, la perméabilité du pays, en particulier du sud du pays, aux influences étrangères. Outre mon expérience à la tête de RTL Belgium depuis 7 ans, ces 3 éléments ont certainement joué quand on m'a proposé de reprendre la succession de Nicolas de Tavernost.

III Jean-Paul Philippot – A l'UER, il y a en plus une logique d'équilibre entre les représentants des grands et des petits pays. Mon prédécesseur était un des responsables de l'ARD, donc un grand pays. Avant lui, c'était un finlandais. Il y a probablement aussi nos spécificités culturelles, notamment une forme de sensibilité à des cultures différentes, qui fait de nous des hommes rompus au dialogue et à la recherche du consensus.

**L'UER et l'ACT ne servent-elles qu'à relayer les positions de leurs membres ou est-ce aussi des lieux où on partage des valeurs communes ? Quelles sont leurs spécificités ?**

III Phd – L'ACT regroupe des télévisions européennes dont les ambitions sont de divertir et d'informer de façon alternative et pluraliste par rapport au service public établi depuis bien plus longtemps. L'ACT rassemble des sociétés aux intérêts communs mais qui sont aussi en réelle concurrence sur leur marché respectif. Le rôle de l'ACT est de relayer leur dénominateur commun au niveau européen et de défendre le point de vue d'une industrie pluraliste, différente, enrichissante, qui fait la même chose, et a parfois les mêmes objectifs que le service public, mais sans subventionnement public. L'ACT, c'est 7 personnes à Bruxelles et 28 membres dans 34 pays.

III JPPh – L'UER, c'est 350 collaborateurs, dont une dizaine à Bruxelles, et plusieurs dizaines de millions de francs suisses

ACT : [www.acte.be](http://www.acte.be)  
UER : [www.ebu.ch](http://www.ebu.ch)

### Jean-Paul Philippot

Président de l'UER.

Administrateur général de la RTBF depuis 2002, il est passé de la gestion d'un groupe d'hôpitaux à celle d'un groupe audiovisuel que l'on disait menacé dans sa survie par trop d'années de gestion chaotique.

Après avoir eu recours à un plan qu'il avait baptisé « Magellan », il lui a redonné un certain souffle, malgré les vents contraires. Coincé entre la complexité opérationnelle du service public et les réservoirs de créativité qu'il contient, il déborde d'énergie à réduire l'une et valoriser l'autre.



de chiffre d'affaires annuel. L'UER a des missions de soutien et de défense de ses membres. Elle est par exemple intervenue au Kosovo parce qu'à l'approche des élections, le pouvoir exerce une sorte de mainmise sur les rédactions. Des rôles opérationnels historiques aussi : achat de droits, opérations techniques, échange d'informations entre rédactions, réseau satellitaire et de fibre optique, ce qui fait de nous des opérateurs à la fois pour nos membres et pour des tiers (l'American League, par exemple, transmet à l'international ses images via notre réseau). Nous sommes aussi un acteur dans les débats, dans celui sur la télévision hybride, nous sommes un interlocuteur des fabricants pour définir des normes, comme par le passé pour la haute définition. Ce rôle, nous le jouons parfois aux côtés de l'ACT, par exemple dans le débat sur le dividende numérique ou sur les droits d'auteur. Les valeurs communes de nos membres se situent dans l'essence de nos missions. L'UER,

c'est aussi beaucoup de diversité : la définition éditoriale de la BBC et de la RAI n'est pas la même, ni le contexte dans lequel elles fonctionnent. Particularité de l'UER : sa composante radiophonique, l'UER a d'abord été un organisme de radio et est venue à la télévision avec l'arrivée de la télévision.

III PhD – En plus, certaines télévisions sont membres à la fois de l'ACT et de l'UER, comme la CLT-UFA Luxembourg, par exemple.

III JPPH – Ou TF1, membre de l'UER pour des raisons historiques, ITV également.

**La révision de la communication de la Commission sur les aides d'État<sup>1</sup> qui vient d'entrer en vigueur, a été l'occasion d'un intense lobbying. Trouvez-vous que c'est un bon compromis ?**

III PhD – Le contrôle ex ante est quelque chose d'intéressant, cela permet de voir si un service public ne bénéficie pas d'un soutien qui biaiserait la concurrence. Et le fait que des organes indépendants, comme le CSA, effectuent ce contrôle est également une bonne chose. Mais soyons lucide, il faudra voir, pays par pays, comment on implémente cette disposition. Dans nos métiers, où le produit est souvent basé sur la proximité et sur le marché dans lequel on se trouve, on a parfois du mal à s'inscrire dans une seule et même entité appelée Europe, même si, du point de vue purement législatif, elle existe réellement. Malgré la marge de manœuvre laissée aux Etats membres pour appliquer cette disposition, sur le principe, c'est une bonne avancée.

III JPPH – Les lobbys ont pu s'exprimer, le travail itératif, ouvert et fructueux, a duré plusieurs mois. Pour l'UER, cela reste une circulaire dont l'objet est d'éviter les litiges et de fixer un cadre à la jurisprudence. Des éléments auxquels nous étions attachés figurent dans cette Communication, comme le principe de subsidiarité. Si l'UER n'a jamais contesté le principe d'un mécanisme de contrôle, le faire figurer explicitement dans cette Communication va trop loin. On ne peut pas comparer les mécanismes d'évaluation de la BBC avec la réalité du marché belge francophone, ne fût-ce qu'en termes de taille et de moyens. Donc sur ce point, il y a un risque, et il faudra voir à l'usage. Mais nous sommes satisfaits quand le texte réaffirme les principes de diversité, de neutralité technologique, d'indépendance éditoriale, et laisse aux Etats la faculté de définir de manière large la notion de service public.

**Le principe du contrôle ex ante n'est-il pas contrebalancé par le fait qu'il ne s'applique que sur les services nouveaux importants ?**

III PhD – Il faudrait quand même pouvoir avoir, d'une part, une définition claire de ce qu'est une mission de service public, et, d'autre part, une vision claire de l'argent alloué pour remplir ces missions. Nous n'en sommes pas encore là...

III JPPH – C'est un sujet de désaccord permanent. Ne revenons pas sur le débat définition large/définition exhaustive, ou imputation à l'une ou l'autre mission...

1. Communication de la Commission concernant l'application aux services publics de radiodiffusion des règles relatives aux aides d'État, (JO 2009/C 257/01, 27 octobre 2009).



© MILLEROY/RTBF

## Philippe Delusinne

Président de l'ACT.

Administrateur délégué de TVi devenu RTL Belgium, il est passé de la gestion d'une agence de publicité à celle d'un groupe audiovisuel que l'on disait menacée dans sa survie par la multiplication des concurrents.

Après un périple qui l'a mené bien moins loin que celui entrepris par Magellan, il l'a maintenue dans sa situation de leadership incontesté, malgré l'éclatement du paysage.

Coincé entre la défense de son ancrage local et son arrimage à une multinationale, il déborde d'énergie à convaincre que l'une ne contredit pas l'autre.

III PhD — Oui, mais quand on parle de mission de service public, j'ai coutume de dire que les chaînes privées remplissent de facto ce genre de mission en faisant de l'information, une information généraliste, pluraliste, et de qualité... MAVISE<sup>2</sup> recense, dans l'Europe des 27, plus la Croatie et la Turquie, 92 chaînes privées qui font de l'information ! Et si elles le font, ce n'est pas parce qu'elles y sont obligées, mais parce qu'elles estiment que c'est important de le faire pour coller à un marché, et que c'est aussi une des clés du succès. Soyons prudents et nuancés quand on parle de mission de service public. Cela reste une notion extrêmement floue.

**Pouvez-vous vous rejoindre sur l'idée qu'un contrôle sur les missions de service public doit être exercé par, « un organe effectivement indépendant du gestionnaire de l'organisme de radiodiffusion qui soit doté des compétences et des capacités et ressources nécessaires pour procéder à des contrôles réguliers » et qui soit « à l'origine de mesures correctives adéquates dans la mesure où cela serait nécessaire pour assurer le respect des obligations de service public » ?**

III PhD — C'est une très bonne chose.

III JPPh — C'est effectivement une garantie de l'indépendance et de l'autonomie de l'opérateur public. D'ailleurs, les pays où les régulateurs sont faibles, voire inexistantes ou non dotés, sont aussi les pays où les opérateurs publics ont le plus de problèmes. La limite, c'est que le régulateur n'en vienne pas à avoir une vue proactive des contenus et des missions. Le texte est assez clair à ce sujet, que chacun fasse son métier !

III PhD — Pour résumer notre point de vue commun : le CSA a toutes les raisons d'exister.

III JPPh — Nous sommes confrontés à de nouveaux entrants, opérateurs de téléphonie aujourd'hui, peut-être des sociétés de paris en ligne demain, qui bouleversent les règles sur lesquelles on a fondé notre prospérité et qui risquent de mettre à mal des principes comme la diversité et les droits d'auteur.

III PhD — D'où notre appel à un peu plus de régulation. Au-delà de nos intérêts respectifs, ces nouveaux entrants mettent réellement en péril les modèles actuels. Il y a quand même des règles à respecter.

**Que peut faire la régulation face à un problème qui semble relever de la compétence des autorités de concurrence ?**

III JPPh — Un point positif : la nouvelle directive SMA, dont la vision dépasse la télévision et la radio traditionnelles, maintient l'application des principes de quota et de diversité. Des principes qu'une major ou un opérateur de téléphonie ne vont pas respecter. Là, le régulateur doit non seulement appliquer la législation, mais aussi avoir, vis-à-vis des autorités

publiques qui fixent le cadre, un pouvoir d'initiative, de suggestion et de réflexion.

III PhD — On ne doit quand même pas désespérer de la capacité des élus à réfléchir avec un peu de hauteur à l'avenir d'un secteur fondamental, et qu'ils prennent conscience du fait qu'un certain équilibre doit être mis en place. Il faut sortir des principes purement réglementaires en place depuis vingt ans, c'est absolument dépassé. L'ipod n'existait pas il y a 4 ans. Qui sait ce qui va se passer dans 2 ans ? Quand nous sommes arrivés il y a 7 ans, Jean-Paul à la RTBF et moi à RTL, est-ce qu'on pouvait imaginer que l'information serait formatée pour ces supports ? Il faut tenir compte de cette évolution. Parce que, je le répète, et ce n'est pas du chantage, la logique des chaînes privées, c'est la loi du marché. On fait de la télévision parce qu'on a des actionnaires qui nous demandent de le faire et ces actionnaires nous demandent des dividendes. Le jour où le dividende diminuera, qu'est-ce qu'on va supprimer ? Ce qui coûte cher, ce qui est difficile à faire, et demande beaucoup d'investissements, l'information. On ne va pas renoncer à *Desperate Housewives* ou *Dr House*, mais on s'interrogera sur *Controverse* ou sur le JT. Certains pourraient s'en réjouir, mais c'est faire fi de la diversité du paysage audiovisuel. Si nos politiques ne prennent pas cette évolution en compte, c'est dommageable pour l'ensemble du secteur, parce que les nouveaux entrants sur le marché n'ont pas envie de faire de l'information... non, ne parlons pas d'« envie », je ne vais pas faire de l'angélisme... Les chaînes privées n'ont pas fait de l'information par vocation, mais parce que ça s'inscrivait dans une stratégie de conquête d'un marché. Aujourd'hui, les nouveaux entrants n'ont pas besoin de le faire, en plus, ça coûte très cher et c'est difficile à faire.

**Pensez-vous que la crise actuelle affecte l'équilibre entre le public et le privé ? En France, par exemple, d'un côté on retire au service public l'accès à la manne publicitaire, en essayant de donner de l'air au secteur privé, mais de l'autre côté, on taxe le secteur privé... La crise fait-elle bouger les lignes ?**



2. [mavise.obs.coe.int/](http://mavise.obs.coe.int/) MAVISE est une base de données développée par l'Observatoire européen de l'audiovisuel pour la DG Communication de la Commission européenne.

**III PhD** – Les autorités publiques doivent avoir le courage des décisions qu'elles prennent. Quand on décide que les missions de service public seront payées uniquement par la subvention publique, il faut que l'autorité publique la paie ! De façon détournée, demander aux opérateurs privés de financer un opérateur public qui n'aurait plus de publicité, ça me paraît maladroit. En France, TF1 ou M6 sont taxées pour financer France Télévisions. On a dépassé le stade où les opérateurs privés devaient financer le public, il faut que le politique ait le courage de dire que, si on est sur un marché où un opérateur public n'a pas accès à la publicité, il faut trouver les moyens de le financer, ou alors, on fait des systèmes mixtes, comme c'est le cas en Belgique. Quand Nicolas Sarkozy a annoncé la suppression de la publicité sur France Télévisions il y a deux ans, les chaînes privées se sont réjouies. Au final, et dans la conjoncture actuelle, ce n'est pas une si bonne opération que ça, certes le marché publicitaire s'est en principe élargi pour le privé, mais d'autre part, il n'y a pas eu, ou peu, de reports de recettes publicitaires en faveur des chaînes privées et, en outre, celles-ci vont devoir payer une taxe de 1,5 % sur leurs revenus publicitaires... Cette mesure est très mal vécue.

**III JPPH** – Il ne faut pas confondre une situation de crise que tout le monde subit et des décisions politiques prises sur le marché français indépendamment de la crise. L'UER n'a pas pris position dans ce cas mais a dit et répété qu'au regard des missions de service public, il faut un financement. Et c'est au gouvernement de fixer les modalités de ce financement. Là où nous intervenons, comme nous venons encore de le faire en Hongrie<sup>3</sup>, c'est en cas d'ébranlement du financement du service public dans des proportions telles que ses missions sont compromises. Soit le financement n'est pas pérenne, ce qui revient à faire peser une épée de Damoclès sur l'opérateur public et le met dans une situation de dépendance vis-à-vis du pouvoir politique. Soit le financement est notoirement insuffisant, et c'est l'essence même de ce qu'il doit faire qui est compromis. En général, les problèmes de financement de l'audiovisuel public nuisent à l'ensemble du secteur, parce que moins d'argent

dans les grilles, c'est moins de professionnels qui ont du boulot, moins de production, ... Actuellement, en France, on parle de 20 à 30% de commande en moins dans l'industrie de production audiovisuelle. Cette diminution ne montre pas encore ses effets. Ce qu'on voit aujourd'hui, c'est ce qui a été mis en chantier il y a 2, 3 ou 4 ans. Et c'est dans 2, 3 ou 4 ans que la pénurie se fera sentir. C'est mauvais pour tout le secteur parce que ça va ouvrir plus largement encore les portes à une importation encore plus massive de contenus audiovisuels.

**III PhD** – Je partage ce point de vue. Le benchmark c'est les chaînes publiques. Ces chaînes publiques sont-elles moins bonnes et moins riches dans leur programmation et dans leurs grilles parce qu'elles sont moins soutenues ? C'est ce niveau inférieur que nous allons challenger, en essayant toujours d'être un petit peu meilleur. Quand les chaînes publiques sont fortes et sont bonnes, le privé est obligé d'être plus fort, plus créatif, plus inventif, plus innovant. L'ensemble du marché souffre quand les chaînes publiques sont moins subsidiées. Pour revenir à la question sur la conjoncture, si on avait vécu l'année dernière une année comparable aux précédentes, M6 ou TF1 auraient peut-être moins crié à l'indignation. La conjoncture est là pour tout monde. Aujourd'hui, on a des investissements lourds à faire, la HD par exemple, qui, objectivement, ne rapporteront rien, et qui auraient déjà été faits si on avait été dans une période de prospérité.

### Les éditeurs ne portent-ils pas un regard contradictoire sur la régulation, avec d'un côté le secteur public qui se plaint souvent d'être sur-contrôlé, et de l'autre le secteur privé qui trouve que son concurrent public est sous-encadré ?

**III PhD** – Vous avez un rôle ingrat. Tout le monde s'accorde sur l'importance de votre rôle, et en même temps, parce qu'il est aussi de sanctionner, il ne plaît pas. C'est schizophrénique : vous êtes à la fois utile et à la fois une force contraignante. C'est inhérent à une fonction de régulation de faire ce grand écart en permanence. La meilleure chose que vous ayez à faire est d'expliquer clairement vos lignes directrices. Je ne pense pas que vous soyez trop laxiste avec la RTBF. Pour RTL, je ne peux plus rien dire puisqu'elle n'est plus soumise au contrôle du CSA.

**III JPPH** – Le rôle du régulateur n'est pas d'être populaire. Naturellement, on a toujours le sentiment d'être stigmatisé, alors que notre voisin nous semble épargné. Mais la régulation n'est pas un rapport singulier entre le régulateur et l'éditeur. C'est sur la durée qu'on peut voir si le régulateur a été le gardien orthodoxe de la règle, et a enrichi ou pas le paysage audiovisuel. Et ce n'est pas aux entités qui sont régulées de donner la côte de satisfecit.

**III PhD** – Jean-Paul a dit une chose importante : « *Vous ne devez pas être populaire* ». C'est aussi tout l'intérêt d'une autorité de contrôle indépendante. Contrairement aux politiques, qui doivent être populaires, puisqu'ils doivent être élus.

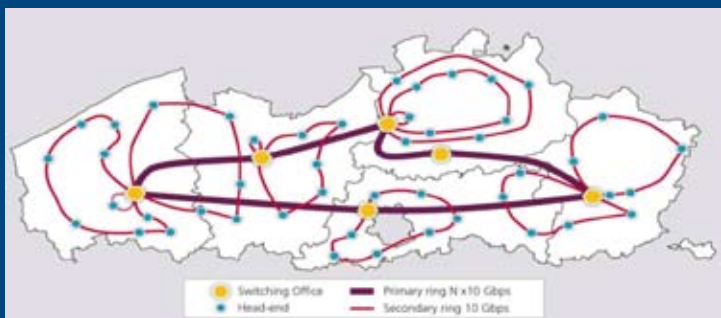
3. « L'UER prône la révision des coupes budgétaires imposées au radiodiffuseur public hongrois » [www.ebu.ch/fr/union/news/2009/tcm\\_6-66649.php?display=FR](http://www.ebu.ch/fr/union/news/2009/tcm_6-66649.php?display=FR)

Entretien : Jean-François Furnémont et Aline Franck



**VOILÀ DES ANNÉES** à présent que la question des responsabilités des uns et des autres dans la chaîne de valeur télévisuelle soulève des polémiques entre juristes, jusqu'au cœur des Cours et Tribunaux. Un nouveau conflit s'ouvre à ce sujet entre Telenet/ Filiale de liberty Global et toutes les sociétés de gestion. La SACD/SCAM nous fait part ici de son point de vue.

## « INJECTION DIRECTE » : THE PROOF OF THE PUDDING



Le réseau de distribution de Telenet/liberty Global en Flandre

Dans la directive 93/83<sup>1</sup>, (comme d'ailleurs dans notre Décret audiovisuel), le modèle applicable à la distribution par câble de services de radio et de télévision (services linéaires aujourd'hui) semble assez clair. Il est établi dans le chapitre III.

D'un côté, le radiodiffuseur (éditeur des services) transmet un signal destiné au public et génère ses recettes grâce à cette activité. De l'autre, le distributeur par câble, en tant qu'organisme distinct de l'organisme initial, retransmet ce signal vers ses abonnés, via le réseau dont il est le propriétaire, le concessionnaire ou le locataire, et génère une recette distincte de la première. Deux activités sont identifiées, et donc deux responsabilités, distinctes elles aussi.

Dans certains cas, rares, l'éditeur de services peut également être distributeur, de ses propres programmes et/ou de programmes d'éditeurs tiers. Songeons à Be TV au début de son activité, par exemple. Dans d'autres cas, le distributeur peut être également éditeur de services, c'est le cas de Telenet/Liberty Global et de ses programmes PRIME.

Ce premier modèle, largement dominant en Belgique, se distingue entièrement de celui de la radiodiffusion par satellite, traité dans le chapitre II de la même directive 93/83, dans la mesure où sont là visés uniquement les cas où les éditeurs de services utilisent la prestation technique d'un satellite de diffusion directe pour élargir leur audience hors des frontières de leur Etat national. L'opérateur de satellite n'est pas alors un distributeur gérant un portefeuille d'abonnés, mais bien un prestataire technique offrant un réseau de diffusion satellitaire aux éditeurs de services intéressés. C'est ainsi que

les éditeurs de service assumeront le coût de cette diffusion (et non le consommateur).

Enfin, dernière situation connue, celle de la distribution par satellite d'un bouquet de programmes composé par un distributeur, distinct des organismes éditeurs d'origine. Ce distributeur peut, une fois encore, atteindre ses abonnés via le réseau dont il est propriétaire, le concessionnaire ou le locataire, mais en tout état de cause il adressera ses services au public... qui en supportera le coût. C'est le cas de CanalSat en France, ou de TV Vlaanderen-TV Sat chez nous.

La similitude évidente entre cette situation et celle de la distribution par câble suffit-elle pour en déduire que c'est le chapitre « câble » de la Directive qui devrait s'appliquer en cette circonstance, comme cela a été suggéré lors d'une récente évaluation de la Directive<sup>2</sup> ? En l'absence d'une réponse immédiate apportée par la Directive, la question sera tranchée par la Cour de justice européenne saisie d'une question préjudicielle dans l'affaire TV-Vlaanderen.

Sous cette réserve, tout pourrait donc être ainsi résolu selon l'un des trois modèles connus. Mais voilà, les modèles simples semblent attirer les foudres des mercenaires de la Doctrine comme l'arbre isolé au sommet de la montagne. Fin des années '90, un nouveau concept fut avancé pour mettre en doute une fois encore ces règles douloureusement établies après des années de conflit judiciaires entre distributeurs par câble et ayants droit rassemblés en amont de la chaîne de valeur télévisuelle : l'injection directe.

Cette innovation technique serait l'acte par lequel un éditeur de services fournirait son signal de façon codée et privée à un distributeur, qui le commercialiserait ensuite vers ses abonnés par une première et unique diffusion publique sur son réseau câblé. La chose n'est pas précisée mais s'impose : l'éditeur de services ne destinerait donc ses programmes au public, mais exclusivement au distributeur. Il ne serait donc plus radiodiffuseur, et il n'existerait plus qu'un seul acte et donc une seule assiette de perception pour les ayants droit... Celle du distributeur ? Que non ! Celle de l'éditeur-fournisseur-(nettoyeur) qui doit se débrouiller pour fournir un signal propre avant exploitation.

<sup>1</sup> Directive 93/83 : [www.ebu.ch/CMSimages/tir/leg\\_ref\\_ec\\_directive\\_copyright\\_satellite\\_cable\\_270993\\_fr\\_tcm7-4293.pdf](http://www.ebu.ch/CMSimages/tir/leg_ref_ec_directive_copyright_satellite_cable_270993_fr_tcm7-4293.pdf)

<sup>2</sup> Synthèse de la réunion du 28/11/2002 Groupe de travail sur la radiodiffusion par satellite

Par deux fois les Cours et Tribunaux belges ont été saisis de cette thèse, et par deux fois l'ont repoussée, selon deux raisonnements différents<sup>3</sup>. Mais la voilà néanmoins relancée aujourd'hui devant le Tribunal de première instance de Malines par Telenet/Liberty global.

Alors que le débat juridique reprenait avec une rage nouvelle, à coup de centaines de pages de conclusions, quelle ne fut pas notre surprise lorsqu'un examen attentif des faits (et non des discours) permit de découvrir ce que personne ne semblait avoir remarqué auparavant : l'injection directe est peut être un concept commercial attirant pour certains distributeurs ; il est sans doute un sujet passionnant de débats entre avocats... mais il n'est certainement pas une réalité factuelle.

Techniquement parlant, s'agissant de la distribution de programmes de télévision comme ceux de RTL, de la RTBF ou de VMMA, **il est impropre de parler « d'injection directe » dans le réseau de distribution**. Une analyse fouillée de l'organisation de la diffusion et de la distribution ultérieure de ces programmes de télévision fait apparaître plusieurs réseaux reliés les uns aux autres et montre la pertinence toujours actuelle du cadre fixé par la Convention de Berne et par la Directive 93/83 :

1. Le **réseau de contribution** (Contribution network) par lequel l'éditeur de services relie ses différents pôles de production, jusqu'à sa régie finale et son émetteur ;
2. Le **réseau d'alimentation** (Feeder network) par lequel l'éditeur relie son émetteur à un réseau de diffusion composé de réémetteurs hertziens ou d'autres techniques (cf. le réseau hertzien de la RTBF ou de TDF en France ou à encore un réseau satellitaire comme SES) ; ou **d'acquisition** (également feeder network) par lequel le distributeur vient acquérir le signal en se connectant sur la source de l'émission et en le transportant vers une de ses têtes de réseau.
3. Le **réseau principal de distribution** (Trunk network) par lequel le distributeur relie ses principales têtes de réseau et ses « nœuds locaux », et s'interconnecte avec d'autres distributeurs ;
4. Le **réseau local de distribution** ou d'accès (Access Network) par lequel le distributeur relie son réseau aux consommateurs individuels, ses abonnés.

En résumé, la réalité montre que Le radiodiffuseur pour fabriquer son programme utilise un réseau de contribution, et pour émettre son signal sur un territoire donné recourt à un **ou plusieurs réseaux de diffusion**. Le distributeur, quant à lui, acquiert le signal, en le captant dans l'éther ou à partir d'une transmission satellite, ou encore via un réseau dénommé « feeder network », réseau d'alimentation ou d'acquisition et ensuite le **retransmet dans un réseau de distribution** dont il a l'entière maîtrise. **L'arrivée du signal dans la tête de réseau marque un changement dans l'encrytage du signal, sa mise en bouquet et sa retransmission dans le réseau de distribution cette fois selon les normes techniques et commerciales décidées par le distributeur.**

La question peut paraître technique, ou limitée aux problèmes de droits mais ce n'est pas le cas.

Dans l'hypothèse où la théorie fictive de « l'injection directe » viendrait à s'imposer en Belgique, c'est l'ensemble de la construction du nouveau décret SMA, distinguant éditeurs de services, distributeurs de services et opérateurs de réseaux, qui viendrait à s'effondrer. En effet, s'il ne transmet pas un signal destiné au public, quel que soit le moyen technique utilisé, l'éditeur de services perd de facto sa qualité de radiodiffuseur (et aussi son droit voisin sur ses émissions). Son rôle se réduirait à celui d'assembleur de programmes, prestataire technique du Distributeur souverain sur les « émissions ».

Une souveraineté que Telenet/Liberty Global semble avoir « testée » tout récemment puisque début novembre des pop ups, vantant Disney Channel, sont apparus en sur-impression sur plusieurs autres programmes de son offre de base numérique. Une « erreur » qui en dit long sur les capacités techniques des plateformes actuelles de distribution numérique de changer le programme retransmis, et sur la manière dont l'audience pourrait être orientée ces prochaines années.

Une fois pour toute, indiquons que le concept d'injection directe ne repose pas sur la réalité des pratiques de diffusion et des pratiques de distribution actuelles et saluons le puissant adage anglais qu'aucun régulateur ne devrait jamais oublier : **the proof of the pudding is in the eating !**

3 Arrêt RTD contre Sabam 26/6/98 et Arrêt Uradex contre RTD 4/4/2005



## L'AUTEUR :

**Valérie JOSSE**  
Secrétaire générale de la  
SACD-Scam en Belgique

La SACD et la Scam sont deux sociétés d'auteurs qui rassemblent plus de 75.000 membres à l'échelle internationale. Ensemble ou individuellement, elles protègent, perçoivent, gèrent et répartissent les droits de leurs membres, créateurs actifs dans de nombreuses disciplines artistiques. En Belgique, la SACD compte plus de 1.900 membres, auteurs d'œuvres de cinéma, de fictions télévisées, de théâtre, de danse, de musique de scène ou de fictions multimédia. Les 1.600 membres de la Scam sont des auteurs de documentaires audiovisuels, de documentaires radio, d'œuvres multimédia non fictionnelles, d'œuvres littéraires, de bande dessinée ou d'illustrations. Ces sociétés de gestion individuelle et collective (sans but lucratif) ont été fondées (dès 1777 pour la SACD) par des auteurs et pour des auteurs. Elles les conseillent dans leur parcours professionnel, notamment sur le plan juridique et fiscal et assurent la défense de leur statut et de leurs intérêts dans les débats politiques et culturels. Elles développent aussi une politique d'action culturelle visant le soutien à la création artistique et la promotion des œuvres de leurs membres.



## 15 & 22 | SEPTEMBRE

### Rencontres SABAM, SIMIM, RTBF

Après avoir rencontré la SABAM, le CSA a organisé deux autres rencontres avec, notamment la RTBF et la SIMIM, pour examiner les possibilités de collaborations ou de recours à des outils internes ou mutualisés de monitoring. Le CSA veut affiner ses outils de monitoring et alléger la charge administrative des éditeurs dans la présentation de leur rapport (notamment en matière de quotas), dans le cadre de l'évaluation de la promotion des œuvres européennes et francophones en radio et en télévision.

## 17 | SEPTEMBRE

### Appel aux chercheurs en résidence destiné aux professionnels des médias

Le CSA a ouvert des mandats d'accueil de chercheurs en résidence spécifiquement destiné aux professionnels des médias, qui souhaitent développer des réflexions dans le champ de compétences de la régulation audiovisuelle. Ce mandat est d'une durée de 3 mois (du 1<sup>er</sup> mai 2010 au 31 juillet 2010). Les dossiers de candidatures devront parvenir au CSA pour le 15 janvier 2010 au plus tard.

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

## 24 | SEPTEMBRE

### Avis sur le contrôle annuel 2008 des télévisions locales

Le CSA a pour mission, comme le prévoit le décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, de rendre un avis sur la réalisation des obligations des télévisions locales. Ces obligations portent à la fois sur :

- l'identification des télévisions locales (TVL);
- leurs missions : production et réalisation de programmes d'information, d'animation, de développement culturel et d'éducation permanente, la participation active de la population de la zone de couverture, enjeux démocratiques et le renforcement des valeurs sociales, la valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et les spécificités locales;
- leur programmation : grille de programme, volume de production propre, coproduction, échanges, mise à disposition, achats et commandes de programmes, publicité;
- les conditions de maintien de leur autorisation : chaque TVL doit faire appel à des journalistes professionnels, reconnaître une Société de Journalistes, disposer d'un règlement d'ordre intérieur, exercer la responsabilité éditoriale et la maîtrise de l'information, assurer l'équilibre entre les diverses

tendances idéologiques, respecter les principes démocratiques, notamment l'indépendance et l'objectivité, être à l'écoute des téléspectateurs (gestion des plaintes), et respecter les dispositions relatives aux droits d'auteur;

- ses services : vidéotexte, télétexte, internet;
- ses collaborations avec les autres TVL et avec la RTBF, avec d'autres médias ou des associations;
- son organisation, et notamment la composition du Conseil d'administration.

A l'issue du contrôle de l'exercice 2008, le CSA a notifié à trois TVL (Télévesdre, TV Com et Télé Bruxelles) le grief d'avoir, à plusieurs reprises durant l'exercice 2008, dépassé le temps de transmission consacré à la publicité. Les informations fournies par TV Com ont permis depuis lors de déclarer le grief non établi.

Le CSA a constaté que les autres TVL avaient rempli correctement l'ensemble de leurs missions.

Il a cependant pointé que, si le nombre de synergies de certaines TVL avec la RTBF s'était amélioré (noté, TV Com et Télé Mons-Borinage), ce n'était pas le cas pour Télévesdre et Téléambre. Ces synergies sont restées au statu quo pour RTC Télé-Liège et MATélé et quasi inexistantes pour TV Lux, Antenne Centre et Canal Zoom. Le CSA a encouragé Canal C à poursuivre ses efforts pour les favoriser.

Comme pour l'exercice précédent, le CSA a rappelé à deux TVL (MATélé et Canal Zoom) la nécessité de communiquer à la société interne de journalistes que tous les journalistes de la rédaction, ou toutes les personnes agréées au titre de journaliste professionnel et travaillant principalement pour la télévision locale, quelles que soient leur fonction, doivent avoir la possibilité d'être membre de cette société interne de journalistes (décisions du CSA du 19 avril 2006).

Le CSA a également relevé que certaines TVL n'étaient pas diffusées par Belgacom TV (RTC Télé-Liège, TV Lux, Télévesdre, MATélé, Téléambre, TV Com). Par conséquent, le CSA a engagé une évaluation de cette situation sous l'angle de la sauvegarde du pluralisme de l'offre médiatique.

Le CSA a par ailleurs décidé d'évaluer, avec les parties intéressées et de manière transversale pour l'ensemble des TVL, les programmes faisant l'objet de collaboration avec des autorités et organismes publics, au regard des dispositions du décret en matière d'indépendance de la programmation.





Le CSA a également rappelé à Télé Bruxelles la nécessité de lui transmettre la copie complète de l'intégralité des échantillons, afin de permettre au régulateur d'exercer sa mission de contrôle. Il a également rappelé à Matélé et Télévesdre la nécessité de s'équiper afin de remplir son obligation de conserver une copie intégrale de ses programmes.

Enfin, concernant la composition du conseil d'administration de RTC Télé-Liège, le CSA se réfère à sa décision du 27 août 2009, dans laquelle il a décidé, même si le grief était établi, de reporter l'examen du dossier au 26 novembre, en attendant que l'éditeur lui fournisse les éléments témoignant de sa volonté de respecter l'article 70 §1<sup>er</sup> du décret et considérant sa volonté de se mettre en conformité avec le décret.

Antenne Centre : [www.csa.be/documents/show/1095](http://www.csa.be/documents/show/1095)

Canal C : [www.csa.be/documents/show/1094](http://www.csa.be/documents/show/1094)

Canal Zoom : [www.csa.be/documents/show/1093](http://www.csa.be/documents/show/1093)

MAatéle : [www.csa.be/documents/show/1092](http://www.csa.be/documents/show/1092)

Notélé : [www.csa.be/documents/show/1091](http://www.csa.be/documents/show/1091)

RTC Télé-Liège : <http://www.csa.be/documents/show/1090>

Télé Bruxelles : <http://www.csa.be/documents/show/1086>

TV Com : [www.csa.be/documents/show/1085](http://www.csa.be/documents/show/1085)

TV Lux : [www.csa.be/documents/show/1084](http://www.csa.be/documents/show/1084)

Télé Mons-Borinage : [www.csa.be/documents/show/1089](http://www.csa.be/documents/show/1089)

Téléambre : [www.csa.be/documents/show/1088](http://www.csa.be/documents/show/1088)

Télévesdre : [www.csa.be/documents/show/1087](http://www.csa.be/documents/show/1087)

## 05 | OCTOBRE

### Rencontres professionnelles du FIFF « de la 2D à la 4D » (Namur)

Dans le cadre des rencontres professionnelles organisées en marge du Festival international du film francophone, Paul-Eric Mosseray, directeur du service Editeurs, a participé à la journée de réflexion et de démonstration sur l'« Innovation et créativité dans le secteur audiovisuel en Wallonie de la 2D à la 4D ». Les actions de l'Europe en Région wallonne, les incitants mis en place par la Région, ainsi que quelques uns des principaux acteurs wallons dans le domaine de l'image 2D à la 4D étaient présentées à cette occasion.

[www.fiff.be/on/menu-sup/rencontres-pros/innovation-et-creativite-dans-le-secteur-audiovisuel-en-wallonie-de-la-2d-a-la-4d/index.html](http://www.fiff.be/on/menu-sup/rencontres-pros/innovation-et-creativite-dans-le-secteur-audiovisuel-en-wallonie-de-la-2d-a-la-4d/index.html)

## 14 | OCTOBRE

Marc Janssen, président du CSA, et Jean-François Furnémont, directeur général, ont présenté les missions et les compétences du CSA aux députés de la Commission, nouvellement installée, de la culture et de l'audiovisuel du Parlement de la Communauté française.

## 14-16 | OCTOBRE

### 30<sup>ème</sup> réunion de l'EPRA à Dresde

Marc Janssen et Jean-François Furnémont ont participé à la réunion de l'EPRA (Plate-forme européenne des instances de régulation de l'audiovisuel) à l'ordre du jour de laquelle étaient notamment inscrits l'évolution du marché et les défis réglementaires des services non-linéaires, l'autopromotion et la promotion croisée, le pluralisme des médias et la transposition et la mise en œuvre de la directive SMA. Pierre-François Docquir, vice-président du CSA, a également coordonné un atelier de travail sur le thème de la redéfinition des limites de la publicité politique.

[www.epra.org](http://www.epra.org)

## 14 | OCTOBRE

Sarah Paiman, directrice du service opérateurs et distributeurs, a représenté le CSA à une réunion organisée entre la Commission européenne et une délégation de la Communauté française sur la problématique du dividende numérique en Communauté française et des solutions envisageables.

## 15 | OCTOBRE

### Medianet Vlaanderen (Gand)

Bernard Dubuisson, responsable de l'unité Radios, Nele Smets, conseillère en charge des nouvelles technologies et de la transition numérique ainsi que Julien Gilson, conseiller en charge du service économique, ont assisté au séminaire organisé par Medianet Vlaanderen en collaboration avec la VRT-Medialab sur le thème « Mobile present and future. A reality check ».

[www.medianetvlaanderen.be/nl\\_BE/home/evenementen/wsv091015.html](http://www.medianetvlaanderen.be/nl_BE/home/evenementen/wsv091015.html)

## 22 | OCTOBRE

### Salon Siel & Satis (Paris)

Nele Smets a assisté aux conférences « Webradios et mobilité : l'utilisateur au cœur du problème » et « Radio numérique : statistiques et audiences » dans le cadre du Salon Siel & Satis destiné aux professionnels de l'audiovisuel et des médias.

[www.siel-satis.com/](http://www.siel-satis.com/)

## 22 | OCTOBRE

Muriel Hanot, directrice des études et recherches, et Aline Franck, responsable de la communication, ont présenté les missions et le statut du CSA à une délégation du gouvernement vietnamien dans le cadre d'une session du programme de soutien de la Commission européenne « Support to the EU-Vietnam





*Strategic Human Rights Dialogue* » consacrée au droit de la presse et à la régulation des médias.

**23** | OCTOBRE

## Ouverture du Centre de documentation du CSA

Cette ouverture s'inscrit dans le cadre de la politique de soutien du CSA au développement et à la compréhension du secteur audiovisuel, qui s'est déjà concrétisée avec l'attribution du Prix du mémoire et l'accueil de chercheurs en résidence. Le Centre de documentation du CSA, c'est 1 base documentaire de quelques 1800 notices, 4 postes de consultation, plus de 750 ouvrages en libre accès, une dizaine de périodiques spécialisés, quelque 800 documents numérisés, des DVD's et des documents audio. Il met gratuitement à disposition des chercheurs et des étudiants un fonds documentaire spécifiquement consacré aux thèmes de la régulation audiovisuelle : production audiovisuelle, protection des mineurs, publicité, diversité, accessibilité, dignité humaine, droit à l'information, transparence, pluralisme... Il centralise aussi des documents sources comme les rapports d'activités des éditeurs et des distributeurs de la Communauté française, ce qui facilitera la collecte d'informations souvent géographiquement dispersées. Le CSA propose également en consultation ses propres archives et documents publics liés à ses missions ; plaintes, demandes d'information, décisions, contributions dans le cadre de consultations publiques, notamment.

[www.csa.be/pages/show/88](http://www.csa.be/pages/show/88)

**03** | NOVEMBRE

## Comité de contact de la Directive TVSF

Jean-François Furnémont a participé à la 31<sup>e</sup> réunion du comité de contact de la directive TVSF. La Commission a présenté un état des lieux de la transposition de la directive dans le droit interne des Etats membres et annoncé l'ouverture de procédures contre les Etats membres en défaut de transposition. Elle a également fait le point sur son initiative sur les contenus créatifs en ligne.

[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1563&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1563&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

**03** | NOVEMBRE

## Séminaire - Les services audiovisuels à la demande dans l'Union européenne : analyse des marchés et questions de régulation

Jean-François Furnémont a fait une présentation sur « *Les dispositions pratiques pour la mise en œuvre*

*de la Directive : le rôle des instances de régulation* » dans le cadre du séminaire organisé par la Commission européenne et l'Observatoire européen de l'audiovisuel sur le thème « *Les services audiovisuels à la demande dans l'Union européenne : analyse des marchés et questions de régulation* ».

[ec.europa.eu/avpolicy/other\\_actions/av\\_observatory/conf\\_2009/index\\_fr.htm](http://ec.europa.eu/avpolicy/other_actions/av_observatory/conf_2009/index_fr.htm)

<http://www.csa.be/evenements/show/151>

**04** | NOVEMBRE

## 2<sup>e</sup> conférence annuelle de l'ACT

Jean-François Furnémont et Paul-Eric Mosseray ont assisté à la 2<sup>e</sup> conférence annuelle de l'ACT, organisée parallèlement à l'anniversaire des 20 ans de la télévision commerciale en Europe.

[www.acte.be/EPUB/easnet.dll/execreq/page?eas:dat\\_im=026126&eas:template\\_im=025AE9](http://www.acte.be/EPUB/easnet.dll/execreq/page?eas:dat_im=026126&eas:template_im=025AE9)

**05** | NOVEMBRE

## CLEC à Bruxelles

Julien Gilson a assisté au séminaire de la CLEC (Competition law and Electronic Communications) organisé sur le thème « *The prohibition of abuse of dominant position in the electronic communications sector* ».

[www.cullen-international.com/cullen/cipublic/clec20091105.htm](http://www.cullen-international.com/cullen/cipublic/clec20091105.htm)

**05** | NOVEMBRE

## Synthèse des résultats de la consultation publique sur le lancement de services audiovisuels numériques par voie hertzienne et le suivi du PSTN

Cette synthèse procède à une analyse des 12 contributions reçues, et à une évaluation des priorités avancées dans le PSTN. Elles formulent également des hypothèses de travail dans le cadre de la transition numérique et du dividende numérique. Le CSA a reçu les contributions d'Agoria (Fédération de l'industrie technologique), de First Cast VDL (opérateur technique présent sur le marché Wallonie-Bruxelles en radio), du GSMA (association internationale de l'industrie mobile), de l'IBPT, des Editeurs de presse quotidienne francophone, du Medienrat, de Mobsitar, de la RTBF, du groupe Belgacom, de Be TV, de Norkring (opérateur technique de radiodiffusion hertzienne qui gère l'infrastructure en Communauté flamande, après son rachat auprès de la VRT) et, conjointement, de Nostalgie et NRJ. Cette synthèse permettra aux professionnels du secteur et au public de disposer d'informations utiles sur les travaux réalisés et les orientations proposées par le SGAM et le CSA concernant le dividende numérique, la



télévision mobile personnelle (TMP), la télévision numérique terrestre (TNT) et la radio numérique par voie hertzienne en Communauté française. Ces thèmes demeurent au cœur des enjeux européens et alimentent régulièrement les travaux des institutions européennes. La Commission européenne a en effet publié, le 28 octobre 2009, une version provisoire d'une recommandation (« Facilitating the release of the digital dividend in the European Union ») et a exprimé son souhait que les fréquences libérées par le passage à la télévision numérique contribuent à une relance rapide de l'économie, notamment en réservant la sous-bande 790-862 MHz au lancement de nouveaux services sans fil, tels que les services de téléphonie mobile 3G et 4G.

[www.csa.be/system/document\\_consultation/nom/80/SGAM\\_CSA\\_20091026\\_consultation\\_numerique\\_conclusions\\_resume.pdf](http://www.csa.be/system/document_consultation/nom/80/SGAM_CSA_20091026_consultation_numerique_conclusions_resume.pdf)

## 09 | NOVEMBRE

### Visite de la RTBF radio

Dans la continuité des rencontres avec le secteur des radios privées effectuées début 2009, des membres du Collège d'autorisation et de contrôle et des services du CSA ont rencontré les équipes des radios de la RTBF et visité les studios de La Première, Pure FM et Musique 3.

## 16-18 | NOVEMBRE

### 1<sup>ère</sup> conférence des REFRAM (Marrakech)

Marc Janssen et Jean-François Furnémont ont participé à la 1<sup>ère</sup> conférence des présidents du REFRAM (instances francophones de régulation des médias). A l'ordre du jour : des sessions de travail sur le renforcement des capacités de régulation des régulateurs francophones et des échanges d'expériences sur la régulation opérationnelle de la diversité culturelle et linguistique. Jean-François Furnémont est intervenu sur les outils permettant de garantir la diversité et le pluralisme du paysage audiovisuel. A l'issue de cette 1<sup>ère</sup> conférence, les membres du réseau ont désigné Ahmed Ghazali (président de la HACA) à la présidence du réseau et Marc Janssen à la vice-présidence. Selon les statuts du REFRAM, celui-ci accèdera à la présidence fin 2011. Le REFRAM, mis sur pied en juillet 2007, rassemble les régulateurs des membres de la francophonie. Ses objectifs : constituer un lieu d'échange d'informations et d'expériences entre les régulateurs francophones, soutenir les médias et la liberté d'expression et favoriser la professionnalisation des médias.

[democratie.francophonie.org/rubrique.php?id\\_rubrique=894](http://democratie.francophonie.org/rubrique.php?id_rubrique=894)

## 18-19 | NOVEMBRE

### 5<sup>e</sup> conférence des présidents du RIARC (Marrakech)

Marc Janssen, en qualité de vice-président du REFRAM et Jean-François Furnémont, en qualité de vice-président de l'EPRA, ont assisté en tant qu'observateurs à la 5<sup>e</sup> conférence des présidents du RIARC (réseau des instances africaines de régulation de la communication).

[www.acran.org](http://www.acran.org)

## 20 | NOVEMBRE

### 7<sup>e</sup> réunion du FRATEL

A l'invitation de l'IBPT (Institut belge des services postaux et des télécommunications), le CSA, représenté par Sarah Païman, a participé en tant qu'observateur à la 7<sup>e</sup> réunion annuelle du FRATEL (réseau francophone de la régulation des télécommunications) sur le thème « *Le partage d'infrastructure et la coordination des politiques publiques* ».

[www.fratel.org/espace\\_public/article.php?id\\_article=118](http://www.fratel.org/espace_public/article.php?id_article=118)

## 24 | NOVEMBRE

### Réunion du Groupe des régulateurs

Jean-François Furnémont a participé à la réunion du groupe des régulateurs de l'Union européenne. A l'ordre du jour figuraient notamment la transposition de la directive SMA, la coopération entre régulateurs et avec la Commission, la différence entre la publicité et les autres formes de publicité (parrainage, auto-promotion, placement de produit), l'éducation aux médias et le dividende numérique.

## 24 | NOVEMBRE

### Euromed audiovisuel II

Jean-François Furnémont a participé à l'atelier consacré à la question du respect et de la protection de la diversité culturelle dans les formes d'exploitation non linéaires des œuvres cinématographiques et audiovisuelles (par exemple la VOD) organisé par l'Union européenne dans le cadre du programme Euromed audiovisuel II et a y fait une présentation sur la mise en œuvre de la directive SMA par les autorités de régulation.

[www.euromedaudiovisuel.net](http://www.euromedaudiovisuel.net)

## 30 | NOVEMBRE

### Audition sur les quotas d'œuvres européennes, indépendantes et récentes

Le CSA a présenté et soumis aux observations des associations représentant les secteurs de la production indépendante en Communauté française, le rapport destiné à la Commission européenne sur l'application des





quotas d'œuvres européennes, indépendantes et récentes pour les exercices 2007 et 2008. Lors de cette audition, différentes observations ont été émises comme l'importance grandissante de la phase de développement (format, écriture, pilote) et la difficulté de la financer, notamment dans la production de programmes de flux, ou encore comme l'importance de la future évaluation par le régulateur sur l'efficacité des nouvelles dispositions relatives à la mise en valeur des œuvres européennes dans les services de vidéo à la demande, en application du nouveau décret transposant la directive SMA.

## 1<sup>er</sup> | DÉCEMBRE

### CAV - Règlement sur la diffusion de brefs extraits d'événements publics

Le Collège d'avis du CSA a adopté un règlement relatif au droit des éditeurs de services d'accéder à l'information lors d'événements publics (matches de football, concerts, ...). Ce droit constitue un aspect spécifique de l'exercice du droit à l'information.

Quand des événements publics se déroulent en Communauté française et font l'objet d'un droit d'exclusivité au profit d'un éditeur de cette communauté, les autres éditeurs disposent du droit d'enregistrer et de diffuser de courts extraits de cet événement selon des conditions définies par le décret sur les services de médias audiovisuels (durée, délai de diffusion...).

Comme le décret ne régleme pas toutes les modalités d'application du droit d'enregistrement et de diffusion des courts extraits, il revenait au Collège d'avis de préciser : les conditions de réutilisation éventuelle des extraits ; la manière dont l'éditeur primaire (cad le détenteur de l'exclusivité) informe l'éditeur secondaire (cad le bénéficiaire du droit d'enregistrement) des conditions et des coûts d'usage des extraits ; les informations qui doivent être échangées entre éditeurs primaire et secondaires ; le type et la durée de mention de la source ; les durées et délais de diffusion autorisés ; les modalités de protection éventuelle des droits exclusifs pour les programmes d'actualité régulièrement programmés et les conditions d'une contrepartie équitable.

Ces précisions constituent une référence en cas de dissensions intervenant dans les relations entre éditeurs. A l'issue d'une consultation organisée par le CSA auprès des éditeurs de services, le Collège d'avis a préféré instaurer une procédure de médiation qui permette de répondre à d'éventuels conflits entre éditeurs au sujet d'une des modalités d'application du droit d'enregistrement et de diffusion des courts extraits que d'établir

précisément des critères qui fixent ces modalités.

Enfin, le Collège d'avis souligne la nécessité de veiller à l'échange d'information la plus complète entre éditeurs primaires et éditeurs secondaires dans le cadre des négociations contractuelles sur le droit d'enregistrement et de diffusion de courts extraits. Le Collège d'avis est l'organe de quasi co-régulation intégré au CSA. Ses règlements, débattus et adoptés par tous les acteurs de l'audiovisuel belge francophone, sont transmis au Gouvernement de la Communauté française pour approbation afin d'avoir force obligatoire.

[www.csa.be/documents/show/1132](http://www.csa.be/documents/show/1132)

## 02 | DÉCEMBRE

### L'Afrique francophone face au défi de la transition numérique (Ouagadougou)

Sarah Païman a présenté la gestion de la transition numérique en Communauté française dans un atelier d'experts co-organisé par l'OIF (Organisation internationale de la Francophonie) et l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA), sur le thème « *L'Afrique francophone face au défi de la transition de la radiodiffusion vers le numérique* ».

## 03 | DÉCEMBRE

### CAC - Avis relatif au contrôle annuel 2008 de la RTBF

Comme le prévoit le décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, le CSA rend un avis sur la réalisation des obligations découlant du contrat de gestion de la RTBF, qui se fonde sur le rapport d'activités que la RTBF établit annuellement, et sur le respect des articles 9, 20, 37, 40, 42, 44, et 46 du décret. Ce contrôle évalue les missions générales de l'entreprise, puis analyse ses obligations particulières qui lui incombent.

Sur le plan des missions générales, la RTBF a veillé à remplir ses missions comme acteur du développement social et culturel et moteur de l'évolution technologique. L'entreprise a globalement respecté ses obligations en matière de protection et de promotion de la diversité, d'accessibilité, de référence en matière de qualité, d'excellence, d'éthique, de citoyenneté, de transparence, d'équité, de créativité, de découverte et d'innovation, de multiculturalité par la promotion d'autres cultures et par un regard sur les grands enjeux des autres peuples, sociétés et nations. Elle a cherché à s'adresser à l'ensemble du public sans en négliger ses différentes composantes et lui a proposé des programmes et des contenus audiovisuels de qualité et diversifiés contribuant au renforcement de la diversité culturelle, à la fois généralistes et



spécifiques comprenant notamment des programmes d'information, de développement culturel, d'éducation, d'éducation permanente, d'éducation aux médias, de divertissement, de sport, des programmes destinés à la jeunesse et des œuvres d'auteurs, de producteurs, distributeurs, compositeurs et artistes-interprètes de la Communauté française. Elle a privilégié la production propre et la coproduction de programmes. Elle a généralement respecté les principes légaux en vigueur, a veillé à observer les règles éthiques et déontologiques et a appliqué les dispositions décrétales et réglementaires en matière de signalétique à l'égard des mineurs. Elle a garanti l'accès égalitaire des usagers à ses différents services généralistes et à tout ce qui fait l'événement, a visé la complémentarité de son offre linéaire et non linéaire et a encouragé l'émergence de nouveaux services.

Sur le plan de ses obligations particulières, la RTBF a rempli valablement la plupart d'entre elles, qu'il s'agisse de production, d'information, de culture, d'éducation permanente, de divertissement, de sports, de publics spécifiques, d'outils de diffusion, de médiation, de collaborations avec certains autres acteurs.

Considérant les obligations de résultat qui sont conférées à l'éditeur, le CSA attire par contre son attention sur l'affaiblissement ou l'absence d'amélioration :

- dans le maintien du volume moyen d'effectifs de production radiotélévisée équivalent à celui atteint en moyenne sur l'année 2006 ;
- comme pour l'exercice précédent, dans le nombre de courts métrages primo-diffusés ;
- tant en radio qu'en télé, de la programmation (identification et production) de séquences d'éducation aux médias plus spécifiquement destinées aux enfants et aux adolescents, et plus généralement de programmes de radios à destination des enfants ;
- dans la réalisation concrète des différentes solutions évoquées par l'éditeur pour contribuer à l'égalité femmes-hommes au sein de l'entreprise.
- dans le développement avec les télévisions locales (TVL) de la Communauté française de synergies en matière d'échange d'images, de reportages et de programmes, de coproduction de magazines, de diffusion de programmes, de prestations techniques et de services, de participation commune à des manifestations régionales, et des contacts à tenir à cette fin avec l'association représentative des TVL.

Enfin, le CSA constate que la RTBF, dans le courant de l'exercice :

- en radio, n'a pas diffusé, sur la programmation musicale d'une de ses chaînes musicales (Classic 21), au moins 15% d'œuvres de musique non classique sur des textes en langue française ;
- en télé, a diffusé à trois reprises au moins, de la publicité dans les cinq minutes qui précèdent ou suivent les programmes spécifiquement destinés aux enfants de moins de 12 ans, et identifiés comme tels par la RTBF dans ses grilles de programmes ;
- en télé, a dépassé à une reprise au moins la durée de 25 minutes de temps de transmission quotidien consacré à la publicité sur chacune des chaînes de la RTBF entre 19h et 22h.

Par conséquent, sur ces trois points, le CSA a décidé de notifier à la RTBF les griefs de ne pas avoir respecté ses obligations durant l'exercice 2008, en contravention à l'arrêté du 13 octobre 2006 portant approbation du contrat de gestion de la RTBF (articles 20.4, 56.5 et 57).

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

## 04 | DÉCEMBRE

### Visite de la ministre de la communication de Madagascar

Marc Janssen a reçu Nathalie Rabe, ministre de la communication de la République de Madagascar, pour discuter de l'avenir de la régulation audiovisuelle dans ce pays.

## 09 | DÉCEMBRE

### 2<sup>e</sup> rencontre des Euregiolators (Luxembourg)

Jean-François Furnémont et Sarah Païman ont participé à la 2<sup>e</sup> rencontre des Euregiolators organisée à l'initiative du CNP. Sarah Païman y a fait une présentation sur le thème « *Les conflits transfrontaliers en matière de fréquences ; la collaboration en matière d'élaboration des couvertures numériques pour la TNT* ».

## 09 | DÉCEMBRE

### Protocole de collaboration avec l'IEFH

Le CSA a signé un protocole de collaboration avec l'IEFH (Institut pour l'égalité des femmes et des hommes) dont le principal objectif est d'échanger leur expertise sur les questions d'égalité des femmes et des hommes dans les médias audiovisuels.

Désormais, le CSA et l'Institut pourront se saisir mutuellement de toute demande d'avis ou d'information dans le cadre d'instruction de plaintes ou dans l'examen de dossiers relatifs à des questions de discriminations sur la base du sexe.





Ils pourront également adopter des positions communes en dehors de tout dossier individuel que l'un ou l'autre aurait à traiter, ainsi que mener des réflexions conjointes en matière d'égalité femmes-hommes telles que la représentation des femmes dans les médias, par exemple.

L'Institut et le CSA s'échangeront annuellement un rapport sur les plaintes et dossiers qu'ils auront été amenés à traiter dans le cadre de leurs compétences respectives.

[www.csa.be/documents/show/1135](http://www.csa.be/documents/show/1135)

[igvm-iefh.belgium.be/fr/](http://igvm-iefh.belgium.be/fr/)

## 11 | DÉCEMBRE

### Journée d'étude : « La directive SMA : le nouveau cadre juridique de l'audiovisuel européen » à Louvain-la-Neuve

Le CSA et le Centre de Recherche sur l'Etat et la Constitution de la Faculté de droit de l'UCL ont organisé une journée d'étude internationale qui a fait le point sur la directive SMA. Le matin, les intervenants ont rappelé le processus d'adoption et de transposition, et pointé quelques-uns des changements les plus fondamentaux apportés par la nouvelle directive. Ils ont notamment traité des questions de compétence territoriale, de compétence matérielle, de la nouvelle réglementation de la communication commerciale audiovisuelle, et de l'articulation théorique et concrète entre les concepts de régulation, de corégulation et d'autorégulation. L'après-midi était organisée sous forme d'ateliers sur quatre questions posées par le nouveau cadre juridique de l'audiovisuel européen : quotas et politique de production ; protection des mineurs ; relations avec les publics ; coopération dans l'application de la directive.

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

## 17 | DÉCEMBRE

### CAC - Recommandation relative au placement de produits

Le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA a adopté une recommandation relative au placement de produit à la télévision (pour les services linéaires, cad la télévision traditionnelle, et les services non linéaires, comme la VOD par exemple). Le placement de produit est une forme de publicité qui consiste à insérer un produit, un service ou leur marque dans un programme, moyennant paiement ou une autre contrepartie.

Cette pratique, autorisée sous certaines conditions par la directive SMA, est désormais réglementée et encadrée par le décret coordonné sur les services de médias audiovisuels (art. 21) pour les programmes produits après le 19 décembre 2009. En interdisant totalement le placement de

produit dans le JT et dans les programmes pour enfants, le législateur de la Communauté française est allé plus loin que la directive SMA, afin de mettre en place une réglementation cohérente avec celle en vigueur pour la publicité. Dans tous les autres types de programmes, le placement d'accessoires est autorisé. Le placement de produit contre paiement n'est accepté que dans œuvres de fiction cinématographique et télévisuelle (séries, téléfilms), dans les programmes sportifs (retransmissions de matchs, émissions sportives) et dans les programmes de divertissement (jeux, émissions de variétés, télé-réalité...).

En adoptant cette recommandation, le CSA a voulu préciser les contours et les critères de cette nouvelle pratique, dans un souci de transparence et de sécurité juridique. En particulier pour expliciter aux éditeurs la manière dont il l'interprétera dans ses décisions à venir. Pour élaborer ce texte, le CSA a par ailleurs organisé des rencontres bilatérales avec les différents acteurs des secteurs concernés (éditeurs, producteurs, annonceurs, association de consommateurs...).

Pour adopter une décision relative à un placement de produit, le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA devra déterminer que le programme qui comporte du placement de produit répond aux quatre conditions énoncées dans le décret : son contenu et sa programmation ne doivent pas être influencés de manière à porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale de l'éditeur de services ; ils n'incitent pas directement à l'achat ou à la location de biens ou de services, notamment en faisant des références promotionnelles spécifiques à ces produits ou services ; ils ne mettent pas en avant de manière injustifiée le produit en question ; ils sont clairement identifiés comme comportant du placement de produit.

Dans cette perspective, le CSA recommande aux éditeurs de procéder en deux phases : dans une première phase de 3 mois, dont l'objectif est de familiariser le téléspectateur avec la notion du placement de produit, le CSA recommande aux éditeurs de signaler la présence d'un placement de produit, tout en expliquant le terme. Il recommande de faire apparaître en bas de l'écran, au minimum pendant 10 secondes, la mention « *Le programme qui suit contient des placements commerciaux de produits, marques ou services* » accompagnée d'un pictogramme « PP ».

Dans une seconde phase, le pictogramme, auquel les téléspectateurs auront été familiarisés, apparaît seul en bas d'écran au minimum pendant 10 secondes au début et à la fin des programmes, ainsi qu'à la suite des interruptions publicitaires.

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

**LE PLAN DE FRÉQUENCES** a été enfin adopté en juin 2008. Sa mise en œuvre définitive requiert encore quelques ajustements techniques toujours en cours. En attendant, les plaintes pour brouillages déposées contre les radios privées sont traitées avec une certaine souplesse, tout en veillant à ne pas retomber dans l'anarchie du passé.



NOËL THEBEN

## FM 2008 : ASSURER LE SUIVI DU PLAN

**Nous arrivons au terme** de la période de 18 mois prévue par le décret pour la mise en place du plan de fréquences FM. Alors que les derniers émetteurs s'allument, le CSA et le Service de planification des fréquences de la Communauté française se sont attelés à un nouveau chantier d'envergure : les optimisations.

En effet, 65% des éditeurs autorisés ont demandé à ce que les caractéristiques techniques de leur radiofréquence soient réexaminées afin de mieux développer leur projet ou de tenir compte d'une situation de terrain particulière. Ces optimisations sont négociées entre éditeurs lors de commissions techniques organisées sous l'égide du CSA.

Cette période de stabilisation technique appelle un traitement particulier des plaintes pour brouillages. Le Secrétariat d'instruction procède au cas par cas et évalue la situation de chaque émetteur impliqué en fonction de plusieurs paramètres : historique, demande d'optimisation ou de déplacement introduite, éventuelle faille du cadastre, voisinage, problème manifeste de couverture, ... Après avoir pris contact avec les responsables techniques des radios concernées par la plainte, nous déterminons si celle-ci doit déboucher sur une tentative de conciliation, un contrôle strict ou un rapport technique préalable.

C'est donc dans un second temps que l'IBPT (Institut belge des postes et télécommunications) est sollicité. À l'heure actuelle, la collaboration entre le CSA et l'IBPT est harmonieuse, puisque l'IBPT s'en réfère presque systématiquement au CSA avant d'intervenir sur la bande FM. Seules exceptions : les récidives, les émetteurs non-autorisés et les interférences provoquées sur d'autres parties du spectre radioélectrique (communications militaires ou aéronautiques). Lorsque l'IBPT procède à un contrôle, ses techniciens examinent d'abord l'installation de la radio plaignante et vérifient si le « champ minimum utile » du signal brouillé est atteint, c'est-à-dire si les perturbations ne sont pas dues à une défaillance de l'émetteur, auquel cas l'instruction s'interrompt. L'autre logique sous-jacente à ce contrôle préalable est qu'une radio n'est en droit de porter plainte pour brouillage que si elle-même respecte son autorisation. Cette procédure contribue donc à la stabilisation technique du plan.



Le Secrétariat d'instruction est aussi régulièrement interpellé par des auditeurs qui déclarent que la réception d'ondes radio est perturbée à leur domicile. Si nous disposons des coordonnées du plaignant, un conseiller tentera dans un premier temps de lui fournir une assistance téléphonique. En cas de persistance du problème, l'étape suivante est le transmis de la plainte à l'IBPT aux fins d'expertise technique : un agent de l'Institut se rendra au domicile du plaignant pour examiner son récepteur et identifier l'origine du problème. S'il s'avère que les perturbations sont dues à un émetteur en surpuissance, la procédure peut se poursuivre jusqu'au contrôle.

Durant l'année écoulée, le plan de fréquence a progressivement réinstauré la sécurité juridique du paysage radio de la Communauté française. Des changements importants sont survenus, suscitant de nombreuses questions dans le chef de nos concitoyens : Pourquoi telle radio a-t-elle dû arrêter ses activités ? Comment se fait-il que ma radio préférée soit brouillée par une autre ? Pourquoi tous ces changements de fréquences ?

Afin que chacun retrouve ses repères sur la bande FM le plus rapidement possible, le Secrétariat d'instruction veille à répondre de façon circonstanciée à chaque sollicitation.



24 | SEPTEMBRE

Editeur : BTV  
Service : AB3, AB4, Videoclick

## Contrôle annuel

*« Le Collège constate que c'est depuis l'exercice 2004 - soit depuis cinq années consécutives - que les services AB3 et AB4 ne rencontrent individuellement ni l'un ni l'autre la proportion de diffusion d'œuvres européennes indépendantes récentes tandis que depuis 2007, l'éditeur ne respecte plus cette obligation considérée globalement pour l'ensemble de ses services - à l'exception du service Vidéoclick, pour lequel les informations pertinentes n'ont pas été communiquées.*

*Le Collège prend acte des déclarations de l'éditeur relatives à la situation de forte concurrence dans laquelle il évolue en tant qu'éditeur de taille modeste. Toutefois, une telle circonstance ne peut aboutir à soustraire les éditeurs de la législation en vigueur. »*

Lors du contrôle annuel pour l'exercice 2008, le CSA avait relevé certains manquements aux obligations décretales de l'éditeur BTV. Pour AB3 et AB4, BTV n'avait pas respecté ses obligations de diffuser des œuvres européennes indépendantes récentes. Pour Vidéoclick, l'éditeur n'avait pas fourni de rapport annuel permettant au régulateur de contrôler le respect de ses obligations en matière de diffusion de programmes et d'œuvres audiovisuelles francophones et de la Communauté française, de diffusion d'œuvres européennes, indépendantes et récentes.

En conséquence, compte tenu du caractère répétitif de ces infractions, celui-ci a condamné BTV à une amende de 40.000 €. L'éditeur avait déjà été sanctionné à une amende de 20.000 € pour des faits similaires pour le contrôle annuel 2007.

Le CSA a également pris acte de la volonté de BTV de ne plus diffuser Vidéoclick. Si le CSA souhaite le maintien en Communauté française de Belgique d'une offre médiatique pluraliste et diversifiée, il souligne également que la nature et l'intensité de la régulation ne sauraient constituer en elles-mêmes un frein à l'édition d'un quelconque service de médias audiovisuels, aussi longtemps que celui-ci rencontre l'exigence fondamentale d'une responsabilité éditoriale effective sur les programmes édités, responsabilité comprenant notamment la capacité de déterminer l'origine et les caractéristiques des programmes édités.

[www.csa.be/documents/show/1076](http://www.csa.be/documents/show/1076)

24 | SEPTEMBRE

Editeur : BTV  
Service : AB4

## Télé-achat

*« Selon l'article 28 §6 du décret sur la radiodiffusion (article 31 §6 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels), « la durée de diffusion de télé-achat est fixée par le Gouvernement, avec un maximum de trois heures par jour, rediffusions comprises ».*

*Il appartient au Collège d'appliquer le droit en vigueur en Communauté française, à savoir le décret coordonné sur les services de médias audiovisuels tel qu'adopté par le Parlement de la Communauté française le 3 février 2009 et publié le 18 mars 2009 au Moniteur belge.*

*Le Collège souligne que la directive 2007/65/CE du 11 décembre 2007 modifiant la directive 89/552/CEE n'a pas la portée que lui prête l'éditeur. En effet, même si la directive, en son article 18bis, supprime la limitation de durée de diffusion du télé-achat à trois heures par jour, elle ne l'interdit pas pour autant. L'article 3 §1er de la directive précitée laisse aux Etats membres la faculté d'adopter des règles plus strictes lors de la transposition en droit interne dans le respect du droit communautaire.*

*Ainsi, le législateur national a estimé que le maintien de la limitation journalière était nécessaire pour protéger les consommateurs et plus particulièrement, les mineurs<sup>3</sup>. Cette justification relève bien de la notion d'intérêt général telle qu'interprétée par la Cour de Justice des Communautés européennes ».*

Le CSA a condamné BTV à une amende de 100.000 €, parce qu'il a constaté que l'éditeur a diffusé sur AB4 des programmes de « call tv » (« Télé-achat », « Profils » et « L'appel gagnant »), dont la durée cumulée de diffusion, notamment le 31 mai 2009, s'élevait à 9h, en contravention des dispositions du décret sur les services de médias audiovisuels, dont l'obligation de limiter la durée de diffusion de ce type de programmes à 3 heures par jour.

Le 21 février 2008, le CSA, s'appuyant à la fois sur la jurisprudence de la CJCE (Cour de Justice des Communautés Européennes) et sur les dispositions du décret sur les services de médias audiovisuels, avait rendu une décision (contre BTV) dans laquelle il définissait la « call tv » comme répondant aux mêmes critères que le téléachat.





Dans la foulée de cette décision, le CSA avait également rappelé à l'ensemble des éditeurs que la « call tv » devait, par conséquent, répondre aux mêmes obligations et contraintes, notamment l'obligation de limiter sa durée quotidienne de diffusion à 3 heures. Le CSA avait également rappelé la compétence conjointe qu'il exerce sur ce dossier avec la Commission des jeux de hasard : le CSA régule les formats de programme, dont les programmes de « call tv ». En cas d'infraction, il peut sanctionner l'éditeur. Chargée de la protection des joueurs, la Commission des jeux de hasard fixe les conditions de diffusion de ce type de programmes.

Par la suite, le CSA avait effectué un monitoring des programmes des éditeurs qui diffusent de la « call tv », et avait constaté que BTV avait largement et régulièrement dépassé la durée de diffusion autorisée de ce type de programmes. L'éditeur ayant déjà été sanctionné pour des faits similaires, le CSA l'avait condamné, le 23 octobre 2008 à une amende de 50.000 €.

[www.csa.be/documents/show/1077](http://www.csa.be/documents/show/1077)

## 22 | OCTOBRE

**Editeurs : Stars ASBL,  
Lessines-Inter ASBL,  
BW ASBL**

**Services : Radio Stars,  
Ma Radio,  
Scoop Mosaïque**

### Plan de fréquences / radios indépendantes

Selon la même méthode adoptée lors du premier appel d'offres, le CSA a, dans un premier temps, procédé à l'examen de la recevabilité des cinq projets qui lui sont parvenus en réponse à l'appel d'offres complémentaire lancé le 24 juillet 2009 au plan de fréquences de la Communauté française, c'est-à-dire une offre pour la radiofréquence proposée à Tubize, une offre pour la radiofréquence proposée à Lessines et trois offres pour la radiofréquence proposée à Havré.

Le CSA a ensuite désigné les éditeurs autorisés sur base des critères du décret (pluralisme, diversité du paysage radiophonique, équilibre entre formats radiophoniques à travers l'offre musicale, culturelle et d'information, notamment) et a délivré les autorisations suivantes :

- Stars ASBL (Radio Stars): « HAVRE 105.8 »
- Lessines-Inter ASBL (Ma Radio): « LESSINES 90.1 »
- BW ASBL (Scoop Mosaïque): « TUBIZE 107.4 »

Ces autorisations sont valables à partir du 23 octobre 2009 pour une durée de 9 ans.

Le CSA a décidé de ne pas autoriser les deux autres offres qui lui étaient également parvenues pour la radiofréquence proposée à Havré : Radio El Boss asbl (Radio El Boss) et Boop asbl (Boop Radio).

**Autorisations :**

*Radio Stars : [www.csa.be/documents/show/1108](http://www.csa.be/documents/show/1108)*

*Ma Radio : [www.csa.be/documents/show/1109](http://www.csa.be/documents/show/1109)*

*Scoop Mosaïque : [www.csa.be/documents/show/1110](http://www.csa.be/documents/show/1110)*

**Décisions négatives :**

*Boop Radio : [www.csa.be/documents/show/1107](http://www.csa.be/documents/show/1107)*

*Radio El Boss : [www.csa.be/documents/show/1106](http://www.csa.be/documents/show/1106)*

## 22 | OCTOBRE

**Editeur : asbl AMD  
Service : Radio Vibration**

### Plan de fréquences : dérogation à l'usage du français

Le CSA a autorisé l'ASBL AMD à déroger à l'obligation d'émettre en langue française pour son service « Radio Vibration ». L'éditeur est autorisé à émettre également en langue anglaise à concurrence de 5% du temps d'antenne hebdomadaire, hors plages de musique continue, pour une durée de trois ans renouvelable.

[www.csa.be/documents/show/1105](http://www.csa.be/documents/show/1105)

## 22 | OCTOBRE

**Editeur : asbl RCF Bruxelles  
Service : RCF Bruxelles**

### Plan de fréquences : dérogation à l'usage du français

Le CSA a autorisé l'ASBL RCF Bruxelles à déroger à l'obligation d'émettre en langue française pour son service « RCF Bruxelles ». L'éditeur est autorisé à émettre également en langue espagnole à concurrence de 5% du temps d'antenne hebdomadaire, hors plages de musique continue, pour une durée de trois ans renouvelable.

[www.csa.be/documents/show/1104](http://www.csa.be/documents/show/1104)

## 22 | OCTOBRE

**Editeur : asbl Cercle Ben Gourion  
Service : Radio Judaïca**

### Plan de fréquences : dérogation à l'usage du français

Le CSA a mis à jour la dérogation accordée le 20 novembre 2008 à l'ASBL Cercle Ben Gourion, à l'obligation d'émettre en langue française pour son service « Radio Judaïca ».





L'éditeur est autorisé à émettre en langues yiddish, hébraïque, néerlandaise et anglaise à concurrence de 5% du temps d'antenne hebdomadaire, hors plages de musique continue.

Cette autorisation, renouvelable par échéances de trois ans, est valable jusqu'au 20 novembre 2011.

[www.csa.be/documents/show/1103](http://www.csa.be/documents/show/1103)

## 22 | OCTOBRE

**Editeur : SPRL Médias Participations**  
**Service : N4**

### Plan de fréquences : caducité d'autorisation

*« Le Collège relève que l'article 172 §2 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels organise, à titre transitoire, une procédure permettant aux éditeurs de retarder la mise en service de tout ou partie des radiofréquences qui leur ont été attribuées dans l'hypothèse où, selon l'exposé des motifs du décret, « des mâts et antennes pourraient devoir être installés, impliquant l'octroi préalable de permis d'urbanisme ou de bâtir eux-mêmes soumis à des normes de protection de la santé ».*

*L'hypothèse où un éditeur serait dans l'incapacité financière ou juridique d'assurer cette diffusion ne se confond pas avec cette hypothèse de force majeure visée par le législateur. Le législateur a également prévu que le Conseil supérieur de l'audiovisuel soit averti préalablement d'un tel report, ce que l'éditeur est resté en défaut de faire.*

*Le grief de contravention à l'article 172 §2 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels sur la radiodiffusion est établi. Il appert en outre en l'espèce que, si l'éditeur est resté en défaut de notifier au Conseil supérieur de l'audiovisuel son intention de reporter la mise en œuvre de son autorisation, ce signe témoigne d'une défaillance générale de son activité, qui l'a mené à la faillite.*

*Or, les dispositions de la loi du 8 août 1997 en matière de faillite empêchent désormais l'éditeur d'exploiter l'autorisation d'utiliser la fréquence lui attribuée, notamment en ses articles 46 et 47. Le jugement du 16 juillet 2009 déclarant la faillite de la SPRL Médias Participations n'a pas fait l'objet d'un recours et est devenu définitif. Aucune requête en autorisation de poursuite d'activité n'a été déposée en main du tribunal de Commerce de Namur. Conformément à l'article 55 du décret, l'autorisation est incessible. Dès lors, l'autorisation d'exploiter la radiofréquence*

*« NAMUR CP 88,1 » est devenue caduque. Le Collège constate que la SPRL Médias Participations n'est aujourd'hui absolument plus en mesure de mettre en œuvre le projet radiophonique dont les caractéristiques spécifiques avaient motivé l'attribution de l'autorisation d'exploiter la radiofréquence dont il est ici question. »*

Le CSA a déclaré caduque l'autorisation qu'il avait délivrée, le 17 juin 2008 dans le cadre du plan de fréquences « FM2008 », à la SPRL Médias Participations pour la diffusion du service N4 sur la radiofréquence « NAMUR CP 88,1 ».

[www.csa.be/documents/show/1111](http://www.csa.be/documents/show/1111)

## 29 | OCTOBRE

**Editeurs : Cercle Ben Gourion asbl,**  
**Flash FM asbl,**  
**Comines Contact Culture asbl**  
**Services : Radio Judaïca,**  
**Flash FM,**  
**Radio Libellule**

### Radios associatives et d'expression

Le CSA a décidé d'octroyer le statut de radio associative et d'expression à vocation culturelle ou d'éducation permanente au Cercle Ben Gourion asbl pour son service Radio Judaïca, à Flash FM asbl pour son service Flash FM et à Comines Contact Culture asbl pour son service Radio Libellule.

Conformément au décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, l'éditeur devra justifier dans son rapport annuel du maintien de ce statut.

Il appartient en effet au CSA de se prononcer sur les demandes de radios indépendantes d'obtenir le statut de radio associative et d'expression à vocation culturelle ou d'éducation permanente. Ce statut est octroyé par le CSA aux radios indépendantes qui en font la demande et sous les conditions suivantes :

1. qu'elle recoure, à titre principal, au volontariat, et qu'elle associe les volontaires qu'elle occupe aux organes de gestion ;
2. qu'elle satisfasse à l'un des critères suivants :
  - 2.1. soit consacrer l'essentiel de sa programmation à des programmes d'information, d'éducation permanente, de développement culturel ou de participation citoyenne ;
  - 2.2. soit consacrer l'essentiel de sa programma-



tion musicale à des genres musicaux qui ne figurent pas parmi les plus vendus ou les plus diffusés.

Radio Judaïca : [www.csa.be/documents/show/1115](http://www.csa.be/documents/show/1115)

Flash FM : [www.csa.be/documents/show/1116](http://www.csa.be/documents/show/1116)

Radio Libellule : [www.csa.be/documents/show/1128](http://www.csa.be/documents/show/1128)

**29** | OCTOBRE

**Editeur : Média Huy Développement SPRL**  
**Service : Maximum FM**

**Plan de fréquences/réseau provincial liégeois**

« Le Collège décide d'autoriser Média Huy Développement SPRL (inscrite au registre des personnes morales sous le numéro 0878.635.304), dont le siège social est établi Rue de la Chaudronnerie, 22 à 4030 Liège, à éditer le service de radiodiffusion sonore Maximum FM par voie hertzienne terrestre analogique et de lui assigner le réseau de radiofréquences « LI », à compter du 1<sup>er</sup> novembre 2009 pour une durée de neuf ans. »

Dans le cadre de l'appel d'offres complémentaire au plan de fréquences de la Communauté française lancé le 27 mai 2009 pour l'attribution du réseau LI, le réseau provincial liégeois, le CSA a décidé d'autoriser Média Huy Développement SPRL à diffuser, en FM, le service Maximum FM. Cette autorisation est valable à partir du 1<sup>er</sup> novembre 2009 pour une durée de 9 ans.

Le CSA a par ailleurs décidé de ne pas autoriser les deux autres offres qui lui étaient également parvenues, celles de la Compagnie Liégeoise de Radiodiffusion SA (L Radio) et de Liège Média Publicité SCRIS (Sud Radio Liège).

**Autorisations :**

Maximum FM : [www.csa.be/documents/show/1112](http://www.csa.be/documents/show/1112)

**Décisions négatives :**

L Radio : [www.csa.be/documents/show/1114](http://www.csa.be/documents/show/1114)

Sud Radio Liège : [www.csa.be/documents/show/1113](http://www.csa.be/documents/show/1113)

**12** | NOVEMBRE

**Editeur : S.A. Skynet iMotion Activities**  
**Service : A la demande**

**Contrôle annuel**

« A l'instar de l'exercice précédent, le Collège constate que l'éditeur n'a pas fourni les éléments permettant d'effectuer le contrôle du respect de certaines de ses obligations découlant des articles 42 et 43 du décret. Le Collège a été placé dans impossibilité de vérifier

sur base des données communiquées par l'éditeur si les règles relatives aux quotas de diffusion ont bien été respectées. Il demeure dans l'impossibilité d'effectuer sa mission de contrôle et rendre son avis sur la réalisation des obligations des éditeurs conformément à l'article 133 §3 du décret, s'il ne dispose, comme information, uniquement que des pièces que l'éditeur entend lui soumettre.

Par ailleurs, le Collège rappelle, conformément à sa décision du 11 juin 2009 relative aux manquements de SiA pour l'exercice 2007, que « le nouveau décret sur les services de médias audiovisuels a tranché la question de la formulation de l'obligation de promotion des œuvres audiovisuelles européennes dans le sens d'une mise en valeur particulière des œuvres et non d'un quota de catalogues, mais que dans le même temps il a mis en évidence la nécessité d'une évaluation de l'efficacité de cette mesure. Dans le sens des éclairages européens mis récemment à sa disposition, le Collège estime que des données suffisamment explicites – en termes notamment de nombre de titres – quant à la présence d'œuvres européennes dans les catalogues des offres à la demande restent un indicateur central dans sa mission de contrôle ».

Suite au contrôle annuel 2008 du service A la demande, le CSA avait relevé certains manquements aux obligations décretales de l'éditeur SiA (SA Skynet iMotion Activities).

En effet, l'éditeur n'avait pas respecté son obligation de présenter au CSA un rapport annuel complet permettant au régulateur de contrôler le respect de ses obligations en matière de diffusion de programmes et d'œuvres francophones et de la Communauté française et de diffusion d'œuvres européennes.

Par conséquent, et compte tenu de la récidive, le CSA a condamné l'éditeur à une amende de 25.000 €.

Toutefois, souhaitant évaluer concrètement la volonté réaffirmée par l'éditeur de lui communiquer des données concrètes sur le caractère européen, indépendant et récent des œuvres cinématographiques présentes dans l'offre du service A la demande, le CSA a décidé de suspendre sa décision pendant 6 mois, et de ne pas l'exécuter, si, dans ce délai, il constate que l'éditeur a apporté la preuve de sa capacité effective à compiler des données pertinentes, utiles et précises sur son offre à la demande (notamment à l'aide d'un outil de monitoring) et que ces données sont produites.





En outre, SiA n'avait pas respecté son obligation en matière de diffusion d'œuvres musicales de la Communauté française, toutefois, le CSA a décidé de prendre en considération les efforts visiblement fournis par l'éditeur pour respecter le quota prescrit par le décret (4,5 %) et de ne prononcer de sanction, même si le grief est établi.

[www.csa.be/documents/show/1118](http://www.csa.be/documents/show/1118)

## 12 | NOVEMBRE

**Editeur : S.A. Ciel IPM**

**Service : Ciel Info**

### Plan de fréquences

*« Le Collège relève que l'article 172 §2 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels organise, à titre transitoire, une procédure permettant aux éditeurs de retarder la mise en service de tout ou partie des radiofréquences qui leur ont été attribuées dans l'hypothèse où, selon l'exposé des motifs du décret, « des mâts et antennes pourraient devoir être installés, impliquant l'octroi préalable de permis d'urbanisme ou de bâtir eux-mêmes soumis à des normes de protection de la santé ». La situation où un éditeur serait dans l'incapacité soit par manque de financement sur fonds propres, soit par une conjoncture économique défavorable, soit par la difficulté de trouver un prestataire technique, d'assurer cette diffusion ne peut être confondue avec l'hypothèse de force majeure visée par le législateur.*

*Le législateur a également prévu que le Conseil supérieur de l'audiovisuel soit averti préalablement d'un tel report, ce que l'éditeur est resté en défaut de faire. En effet, ni la publication d'une information sur le site internet de l'éditeur (dont l'éditeur n'est par ailleurs pas en mesure de fournir la date de mise en ligne) ni une rencontre informelle avec le Collège six mois après avoir été autorisé à utiliser le réseau « U2 » ne constituent pas dans le cadre de l'application du décret les formes et procédures adéquates pouvant être considérées comme l'information préalable requise par l'article 172 §2 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels. »*

Le CSA a adressé un avertissement à la S.A. Ciel IPM parce que celle-ci n'a pas encore mis en service son projet radiophonique « Ciel Info » sur les radiofréquences du réseau U2 qui lui ont été attribuées dans le cadre du plan de fréquences « FM2008bis ». En effet, à l'issue de l'audition de l'éditeur, le CSA avait demandé à celui-ci de lui confirmer son intention de différer la

mise en service des radiofréquences attribuées, la nature des difficultés rencontrées et les procédures à mettre en œuvre pour les surmonter, ainsi que la date escomptée de mise en service effective, ce que l'éditeur est resté en défaut de faire, en contravention du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

Le CSA a par ailleurs convenu avec la S.A. Ciel IPM de la pertinence d'un « mécanisme de reporting » et l'a invité à lui fournir, à intervalles que celui-ci jugera opportun et les 1<sup>er</sup> décembre 2009 et 12 janvier 2010 au moins, tous éléments utiles démontrant la mise en œuvre effective de ses engagements, tant pour les aspects techniques que pour les aspects de contenu du projet « Ciel Info ».

[www.csa.be/documents/show/1119](http://www.csa.be/documents/show/1119)

## 26 | NOVEMBRE

**Editeur : Conektevents ASBL**

**Service : Conekt FM**

### Plan de fréquences

Le CSA a pris acte de la notification, par l'éditeur Conektevents ASBL, à Etalle, de sa volonté de renoncer à l'édition du service Conekt FM sur la radiofréquence « Arlon 105.3 ». Par conséquent, le CSA a retiré l'autorisation qui lui avait accordée le 17 juin 2008, dans le cadre du plan de fréquence 2008. En effet, même si le décret sur les services de médias audiovisuels ne prévoit pas l'hypothèse selon laquelle un éditeur peut renoncer à une autorisation, il est de bonne administration de remettre cette radiofréquence à la disposition du Gouvernement de la Communauté française pour qu'il puisse lancer un nouvel appel d'offres susceptible d'aboutir à l'attribution de cette radiofréquence à un autre demandeur.

[www.csa.be/documents/show/1126](http://www.csa.be/documents/show/1126)

## 26 | NOVEMBRE

**Editeur : Syndicat d'initiative  
d'Ham-sur-Heure asbl**

**Service : Radio Bourkis**

### Radio provisoire

Le CSA a autorisé le Syndicat d'initiative d'Ham-sur-Heure asbl, dont le siège social est établi Chemin d'Oultre-heure 103, 6120 Ham-sur-Heure, à faire usage, entre le 1<sup>er</sup> et le 31 décembre 2009, de la radiofréquence 88,8 MHz émise à partir d'Ham-sur-Heure.

[www.csa.be/documents/show/1127](http://www.csa.be/documents/show/1127)



**03** | DÉCEMBRE

**Service : RTL-TVi**

### Télé-achat

Avant d'examiner ce dossier sur le fond, le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA a décidé de poser à la Cour de Justice des Communautés européennes (CJCE) une question préjudicielle au sujet de l'interprétation de la notion de responsabilité éditoriale. La CJCE est l'autorité judiciaire de l'Union européenne qui veille à l'application et à l'interprétation uniforme du droit communautaire, et, dans ce cadre, interprète le droit de l'Union à la demande des juges nationaux.

[www.csa.be/documents/show/1134](http://www.csa.be/documents/show/1134)

**03** | DÉCEMBRE

**Editeur : Vital FM asbl**  
**Service : Hit Radio**

### Radio, changement de nom

Le CSA a décidé d'autoriser l'éditeur Vital FM ASBL à adopter le nom « Hit Radio » pour son service diffusé sur la radiofréquence « NAMUR CP 94.9 » en vertu de l'autorisation délivrée en date du 17 juin 2008.

[www.csa.be/documents/show/1133](http://www.csa.be/documents/show/1133)

**10** | DÉCEMBRE

**Editeur : RMS SA**  
**Service : Radio Noë**

### Radio provisoire

Le CSA a autorisé RMS S.A., dont le siège social est établi Route de Luxembourg, 10 à 6720 Habay, à faire usage, entre le 1<sup>er</sup> décembre 2009 et le 3 janvier 2010, de la radiofréquence 105.3 MHz émise à partir d'Arlon.

[www.csa.be/documents/show/1069](http://www.csa.be/documents/show/1069)

**17** | DÉCEMBRE

**Editeur : Asbl Télé Bruxelles**  
**Service : Télé Bruxelles**

### Publicité

« Le Collège rappelle [...] sa décision relative au contrôle de la réalisation des obligations de Télé Bruxelles pour l'exercice 2007 dans laquelle « conscient des difficultés financières que peuvent rencontrer certaines télévisions locales, mais attentif aussi à ce que les règles communes à toutes les télé-

visions locales soient suivies par chacune d'entre elles avec une détermination similaire ; conscient aussi que le nombre de télévisions locales se voyant sanctionnées pour manquement aux règles en matière de durée publicitaire a diminué de manière constante et systématique chacune des ces trois dernières années ; soucieux de faire respecter la volonté du législateur de ne pas voir la publicité prendre plus de place sur les antennes des télévisions locales que ce qu'il a jugé nécessaire et raisonnable pour une télévision exerçant des missions de service public et recevant un financement public ; conscient enfin des efforts entrepris par l'éditeur pour ne plus dépasser ces limitations horaires et quotidiennes qui pourraient lui permettre de ne plus se voir notifier le grief de tels dépassements lors des prochains exercices, le Collège estime qu'il est fait une juste appréciation de l'article 156 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion enjoignant l'ASBL Télé Bruxelles à publier un communiqué reprenant le texte du paragraphe ci-dessous. En conséquence, après en avoir délibéré et en application de l'article 156 §1er 2° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, le Collège d'autorisation et de contrôle enjoint l'ASBL Télé Bruxelles à publier le communiqué suivant : « Télé-Bruxelles a été condamnée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour avoir, à plusieurs reprises en 2007, dépassé le temps maximal légal autorisé à la diffusion de publicités dans les programmes quotidiens d'une télévision. »

A l'issue du contrôle annuel 2008, le CSA avait constaté que Télé Bruxelles avait, à plusieurs reprises durant cet exercice, dépassé le temps de transmission quotidien consacré à la publicité.

Si Télé Bruxelles reconnaît la plupart de ces dépassements publicitaires, elle explique qu'ils sont involontaires et n'ont généré aucune recette supplémentaire. Le contexte de crise économique a d'ailleurs entraîné une baisse significative des recettes publicitaires. Elle les justifie aussi par des défaillances ponctuelles du système interne de contrôle des espaces publicitaires disponibles qu'il s'engage à optimiser pour que ces dépassements ne se reproduisent plus à l'avenir.

Le CSA rappelle à l'éditeur son avis relatif au contrôle 2005 et ses décisions suite aux contrôles des exercices précédents, par lesquelles le CSA avait déjà adressé en 2007, un avertissement à Télé Bruxelles pour des dépassements publicitaires, et, en 2008, un avertissement assorti de la diffusion d'un communiqué relatant la même infraction.





Le CSA est conscient du contexte économique défavorable et des difficultés financières qui en découlent pour les TVL, il rappelle toutefois que règles de durée publicitaire s'appliquent à tous les éditeurs et résultent notamment de la volonté du législateur de ne pas voir la publicité prendre plus de place sur les antennes des TVL que ce qu'il a jugé nécessaire et raisonnable pour une télévision exerçant des missions de service public et recevant un financement public.

Le CSA a par conséquent décidé de reporter l'examen du dossier au 4 mars 2010 et a invité Télé Bruxelles à lui fournir tous les éléments utiles témoignant de l'optimisation annoncée de son système de contrôle des espaces publicitaires disponibles. En effet, la décision suite au contrôle annuel 2007 ayant été rendue le 3 avril 2009, l'éditeur n'était pas encore en sa possession au moment des dépassements publicitaires relevés durant l'exercice 2008.

Considérant que la décision relative au contrôle de la réalisation des obligations de Télé Bruxelles pour l'exercice 2007 a été rendue par le Collège le 3 avril 2009 et que dès lors l'éditeur n'était pas encore en sa possession au moment des dépassements publicitaires relevés durant l'exercice 2008, le Collège a décidé de reporter l'examen du dossier du 4 mars 2010 et a invité l'éditeur à lui fournir tous les éléments utiles témoignant de l'optimisation annoncée de son système de contrôle des espaces publicitaires disponibles.

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

## 17 | DÉCEMBRE

**Editeur : Asbl TV COM**  
**Service : TV COM**

### Publicité

*« L'éditeur remarque que les dépassements des durées publicitaires autorisées ont eu lieu en décembre, période où les écrans publicitaires sont exceptionnellement chargés. Il signale que pour faire face à cette pression publicitaire et respecter les normes en vigueur, il a choisi de répartir les différents spots sur trois, voire quatre écrans publicitaires différents, au lieu des deux écrans d'usage à TV COM. En conséquence, le rythme de passage de chacun des spots a été divisé par deux par rapport à la normale. [...] »*

Lors du contrôle annuel pour l'exercice 2008, le CSA avait constaté que TV COM avait dépassé à plusieurs reprises durant l'exercice 2008, le temps de transmission consacré à la publicité.

L'éditeur explique ces dépassements par le mode de calcul et de diffusion des écrans publicitaires.

Par conséquent, le CSA a pris en compte les informations fournies par l'éditeur, et a déclaré le grief non établi.

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

## 17 | DÉCEMBRE

**Editeur : Asbl Télévesdre**  
**Service : Télévesdre**

### Publicité

*« Certains dépassements constatés sur base des données fournies par l'éditeur au moment du contrôle annuel ont pu être infirmés consécutivement aux nouveaux éléments communiqués : détail du programme de début de journée pour le 19 mai 2008 et retrait des spots n'ayant fait l'objet d'aucune contrepartie pour le 17 décembre 2009.*

*Le grief de contravention à l'article 20 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion est établi pour les journées des 15, 16, 18 et 20 décembre 2008. »*

Suite au contrôle annuel pour l'exercice 2008, le CSA avait constaté que Télévesdre avait dépassé à plusieurs reprises durant l'exercice 2008, le temps de transmission quotidien consacré à la publicité.

Si l'éditeur reconnaît les faits, il rappelle toutefois que, suite aux dépassements constatés pour l'exercice 2006, il avait décidé de ne plus diffuser de publicité entre minuit et 6 heures. Il explique également ces dépassements par la difficulté à les anticiper : les sources de rentrées sont variées (TV One, régie locale, contrats en direct) et de plus en plus d'annonceurs se décident à la dernière minute. L'éditeur rappelle qu'il est obligé d'imaginer de nouveaux produits publicitaires à cause du contexte de crise économique et miser, plus que d'autres TVL, sur les rentrées publicitaires à parce que toutes les TVL ne sont pas sur un pied d'égalité en termes de subsides et de redevances des distributeurs.

Le CSA est conscient du contexte économique défavorable et des difficultés financières qui en découlent pour les TVL, il rappelle toutefois que règles de durée publicitaire s'appliquent à tous les éditeurs et résultent notamment de la volonté du législateur de ne pas voir la publicité prendre plus de place sur les antennes



des TVL que ce qu'il a jugé nécessaire et raisonnable pour une télévision exerçant des missions de service public et recevant un financement public.

Toutefois, des manquements aux dispositions du décret en matière de publicité sont malgré tout avérés, par conséquent, le Collège a décidé d'adresser un avertissement à Télévesdre.

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

## CHERCHEURS EN RESIDENCE: APPEL AUX PROFESSIONNELS DES MEDIAS

Le CSA a ouvert des mandats d'accueil de chercheurs en résidence afin de contribuer au développement de la recherche, de stimuler la connaissance de la régulation audiovisuelle et de permettre le perfectionnement des candidats sélectionnés par le CSA.

Un de ces mandats est spécifiquement destiné aux professionnels des médias qui, notamment dans le cadre d'une pause-carrière, souhaitent développer des réflexions dans le champ de compétence de la régulation.

Ce mandat est d'une **durée de 3 mois** (du 1<sup>er</sup> mai 2010 au 31 juillet 2010).

**Les candidatures seront clôturées le 15 janvier 2010.**

Plus d'infos, règlement et formulaire de candidature sur

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

## LE CENTRE DE DOCUMENTATION DU CSA EST OUVERT

Le Centre de documentation du CSA, c'est 1 base documentaire de quelques 1800 notices, 4 postes de consultation, plus de 750 ouvrages en libre accès, une dizaine de périodiques spécialisés, quelque 800 documents numérisés, des DVD's et des documents audio.

Il met gratuitement à disposition des chercheurs et des étudiants un fonds documentaire spécifiquement consacré aux thèmes de la régulation audiovisuelle : production audiovisuelle, protection des mineurs, publicité, diversité, accessibilité, dignité humaine, droit à l'information, transparence, pluralisme...

Il centralise aussi des documents sources comme les rapports d'activités des éditeurs et des distributeurs de la Communauté française, ce qui facilitera la collecte d'informations souvent géographiquement dispersées.

Le CSA propose également en consultation ses propres archives et documents publics liés à ses missions ; plaintes, demandes d'information, décisions, contributions dans le cadre de consultations publiques, notamment.

Cette initiative s'inscrit dans le cadre de la politique de soutien du CSA au développement et à la compréhension du secteur audiovisuel, qui s'est déjà concrétisée avec l'attribution du Prix du mémoire et l'accueil de chercheurs en résidence.

[www.csa.be/pages/show/88](http://www.csa.be/pages/show/88)

