



Réponse de l'USPA à la consultation du CSA relative au déploiement des services relevant de l'article 30-5 de la loi du 30 septembre 1986, ainsi qu'à la régulation des services de médias audiovisuels à la demande

15 septembre 2009

La présente réponse se limite aux questions pour lesquelles la position des producteurs revêt une pertinence spécifique

Question 1

- Quelles sont vos observations sur les critères permettant de distinguer les données associées des services de communication audiovisuelle autres que de radio et de télévision ?

Néant

- Estimez-vous que les données associées doivent être présentées dans les mêmes conditions que le programme principal ?

Oui

Question 2

Quels sont vos commentaires sur :

- les notions de programme et de catalogue de programme

La définition du programme par la directive nous semble adaptée. Il y a selon nous catalogue dès que deux programmes ou plus sont proposés au spectateur par un même service.

- les critères permettant de déterminer si un contenu audiovisuel est secondaire ou non

On pourrait se référer à la proportion de « pages vues » ayant un caractère audiovisuel parmi celles du service. Nous admettons que les services rattachés à des organes de presse écrite ne doivent pas normalement entrer dans le cadre de la régulation, mais cette exclusion doit être assortie d'une limite au « glissement » de tels services vers la communication audiovisuelle, fût-elle à la demande.

.../4

- les autres exclusions

La dernière exclusion (« les services dont le contenu audiovisuel est sélectionné et organisé sous le contrôle d'un tiers ») n'est acceptable que si ledit tiers est lui-même soumis à la réglementation. Sinon, l'opérateur du service doit l'être.

Dans le cas d'opérateurs du type « You Tube » ou « Dailymotion », il arrive qu'une partie des images proposées à l'internaute soient « sélectionnées et organisées » par un tiers, par exemple un producteur. Si la réglementation « remonte » audit producteur, et si une obligation du type « diversité de l'offre » est applicable, il sera impossible aux opérateurs d'abriter des programmes « sélectionnés et organisés » par des producteurs ou offreurs non européens. Si c'est bien l'opérateur du service qui est assujéti, il pourra « compenser » des offres non européennes par des offres européennes ou en langue française, ce qui nous semble préférable, et qui serait un élément de souplesse.

Question 3

- Comment, selon vous, doit-on distinguer la télévision de rattrapage de la vidéo à la demande ? Quels seraient les critères de distinction entre ces deux types de SMAD ? À cet égard, les différents critères proposés par le conseil vous semblent-ils pertinents ? Quels autres critères pourraient être retenus ?

Les critères proposés par le CSA nous paraissent adéquats, mais pourraient être complétés. Plus strictement, la télévision de rattrapage doit se caractériser comme une accessibilité de durée limitée, commençant le jour même ou le lendemain de la diffusion d'un programme, et effectuée sous le contrôle de l'éditeur responsable de cette diffusion. En outre, les recettes éventuellement générées par la télévision de rattrapage doivent être assimilées aux recettes de télédiffusion pour ce qui est des obligations assises sur ces recettes. Lorsque la télévision de rattrapage est déléguée par l'éditeur à un opérateur distinct (ce qui arrive par exemple pour les éditeurs câble/satellite repris par un distributeur), un mécanisme ad hoc doit organiser la réaffectation des recettes correspondantes. Enfin, il nous paraît souhaitable de rappeler que la télévision de rattrapage ne doit pas permettre le téléchargement des programmes.

- S'agissant plus particulièrement du critère de la durée de mise à disposition du programme, cette durée devrait-elle être uniforme pour l'ensemble des services de télévision de rattrapage ou être en rapport avec les accords signés par les détenteurs de droit ? La durée minimale de sept jours, prévue à l'article 48 de la loi du 30 septembre 1986, de mise à disposition au public de l'ensemble des programmes diffusés par France Télévisions, à l'exception des œuvres cinématographiques et, le cas échéant, des programmes sportifs, devrait-elle être étendue à l'ensemble des éditeurs ?

Nous estimons que, s'agissant de la télévision de rattrapage, et précisément parce que l'économie des accords professionnels la fait entrer dans l'équilibre des droits cédés aux éditeurs, il y a lieu de renvoyer dans toute la mesure du possible à ces accords. Une limite supérieure de 30 jours, au-delà de laquelle la mise à disposition ne pourrait plus relever de la télévision de rattrapage, pourrait toutefois être instaurée.

Question 4 : « Podcasts »

Si cette question est limitée aux « podcasts » radiophoniques, l'USPA n'est pas fondée à répondre. Si elle concerne également des « podcasts » audiovisuels, il s'agit soit de télévision de rattrapage, si les contenus ont été préalablement télédiffusés, soit de service de médias audiovisuels à la demande si ce n'est pas le cas.

Question 5

Quels sont vos commentaires sur les éventuelles difficultés d'application des critères permettant de déterminer si un SMAD est soumis à la régulation du Conseil ?

Nous regrettons que la loi ait exclu tout critère économique ou de marché : part des recettes générées sur le territoire français, ou activité de marketing sur ce territoire. Selon nous, la vente d'espace publicitaire en France à des annonceurs français (ou la vente en France d'abonnements à des internautes français) devrait être l'un des critères d'assujettissement : si elle est la ressource principale de l'opérateur, ou si elle dépasse un seuil à déterminer, l'assujettissement devrait intervenir de plein droit.

Questions 6 à 10 : Pas de réponse de l'USPA

Questions 11 à 16 : régulation de droit public

Selon nous, les SMAD s'inscrivent dans une offre concurrentielle ouverte qui s'apparente plus à celle de la presse qu'à celle de la télévision traditionnelle. Les règles générales relatives à la dignité de la personne, à la protection de la jeunesse, ou à la lutte contre les discriminations devraient donc s'appliquer dans le cadre du droit commun (droit de réponse, droit à réparation d'un préjudice, protection du consommateur, restriction des ventes liées, ...). En matière de pluralisme ou d'équilibre entre courants de pensée, en revanche, il ne nous semble pas y avoir lieu à application de dispositifs comparables à ceux qui s'appliquent à la télédiffusion.

Question 17 : Schéma des flux financiers

Le schéma proposé nous paraît manquer d'un lien essentiel : le lien direct entre annonceur et distributeur, qui pourrait représenter l'un des principaux flux de toute la chaîne de valeur.

Questions 18 à 20 : Modèle économique à privilégier

Selon nous, l'évolution rapide actuelle des pratiques des différents acteurs oblige à rester très « ouvert » en matière de modèle économique dominant (s'il doit vraiment y en avoir un). Nous estimons indispensable de permettre à toutes les expériences de se dérouler, et de laisser le marché, à travers le comportement des annonceurs et des internautes spectateurs, déterminer les circuits financiers les plus performants.

La même indispensable prudence concerne les anticipations de revenus, même si, à court terme, les opérateurs traditionnels de télédiffusion apparaissent susceptibles de mieux valoriser les espaces publicitaires liés aux programmes audiovisuels sur les nouveaux médias que les nouveaux opérateurs spécialisés.

Questions 21 à 23 : Pas de réponses de l'USPA

Question 24 : Guides électroniques

Une disposition réglementaire pourrait réaffirmer la nécessaire neutralité des guides électroniques.

Questions 25 à 28 : Pas de réponses de l'USPA