



## Consultation publique sur le contenu en ligne dans le marché unique

Juillet 2006

### INTRODUCTION

La disponibilité et l'adoption du haut débit, ainsi que les moyens accrus d'accéder à du contenu et des services créatifs partout et à tout moment, offrent de nouvelles possibilités en matière de croissance et d'emploi en Europe. Pour les consommateurs, cela signifie de nouvelles façons d'accéder à du contenu créatif disponible sur les réseaux mondiaux comme l'internet, depuis chez soi comme en déplacement et, en partie, d'influer sur ce contenu. Pour les entreprises européennes, cela signifie la possibilité de proposer de nouveaux services et contenus, et de créer des marchés supplémentaires.

Les nouveaux services et contenus créatifs disponibles en ligne sont très divers: musique, films et autres formes d'œuvres audiovisuelles, blogs, journaux et magazines, livres, jeux, matériel éducatif, etc. Destinés à aider les consommateurs à gérer cette diversité inouïe, les moteurs de recherche et d'autres outils comme les guides électroniques de programmes prennent de plus en plus d'importance, deviennent de plus en plus performants et complexes (multimédia, multilingues) et font disparaître les frontières entre contenu et accès.

Un élément important de l'économie créative en ligne est le niveau croissant d'interactivité entre le fournisseur de contenu et les consommateurs, ces derniers pouvant devenir créateurs de contenu (contenu généré par l'utilisateur). D'autres éléments essentiels en sont la dématérialisation accrue du contenu créatif proposé aux consommateurs et le nombre croissant d'appareils leur permettant d'accéder à du contenu créatif de façon efficace et conviviale.

Avec l'émergence de ces nouveaux appareils, réseaux et services, les exploitants de contenu et de réseau, les titulaires de droits, les consommateurs, les pouvoirs publics et les autorités de réglementation indépendantes doivent résoudre de nouveaux problèmes. Et il est capital, pour la croissance et l'emploi en Europe, d'apporter des solutions satisfaisantes à ces problèmes. Il est donc préférable de les aborder au niveau européen car la plupart de ces nouveaux services doivent assurément bénéficier des avantages conjugués des économies d'échelle et de la diversité culturelle que procure le marché intérieur de l'UE. Aussi les politiques de l'UE doivent-elles viser à promouvoir la mise en œuvre rapide et efficace de nouveaux modèles opérationnels de création et de diffusion en ligne de connaissances et de contenu européens. Ces politiques peuvent comprendre des mesures législatives ou réglementaires, des recommandations en faveur des meilleures pratiques, une corégulation, un soutien scientifique et financier. En outre, l'autorégulation doit continuer à jouer un rôle central dans l'environnement en ligne.

Un exemple des défis à relever et de la façon dont ces problèmes peuvent être abordés est fourni par la charte européenne pour le développement et l'adoption du cinéma en ligne de

2006. Entrepris en mai 2005 par Viviane Reding, membre de la Commission, ce projet a été approuvé par des chefs d'entreprise le 23 mai 2006 à l'occasion de la journée de l'Europe du 59<sup>e</sup> festival du film de Cannes. ([http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/other\\_actions/content\\_online/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/other_actions/content_online/index_en.htm)). La chartre est ouverte à la signature de toutes les parties intéressées.

Avec l'initiative i2010, la Commission a adopté une nouvelle approche politique intégrée de la société de l'information. i2010 définit la convergence numérique comme le moteur principal du changement et vise à faire en sorte que l'UE tire pleinement parti des possibilités et perspectives de renforcement du marché unique. i2010 décrit quels sont les quatre défis à relever en matière de convergence: la vitesse, la richesse et la diversité du contenu multilingue, l'interopérabilité et la sécurité. L'initiative i2010 recommande d'inscrire les services de la société de l'information et des médias dans un cadre cohérent afin d'encourager les investissements et la concurrence, tout en préservant les objectifs d'intérêt public et en défendant les intérêts des consommateurs.

En Europe de l'ouest, les marchés et structures de partage du contenu en ligne devraient tripler de volume d'ici 2008 (la part de l'utilisateur/du créateur étant multipliée par dix)<sup>1</sup>. Et cette évolution est supposée se généraliser à l'ensemble du secteur d'activité, qui représente déjà 8% du PIB de l'UE. Toutefois, l'impact de la convergence numérique se fera sentir à l'échelle mondiale et intensifiera la concurrence internationale.

Comment concevoir la politique de l'UE pour encourager la création et la distribution licite de contenu et de services créatifs en ligne en Europe? Quels sont les obstacles à la mise en œuvre de nouveaux modèles opérationnels performants? Comment l'action gouvernementale peut-elle contribuer à assurer un degré satisfaisant de diversité culturelle et linguistique dans la création et la diffusion de contenu en ligne? Comment les technologies et appareils européens peuvent-ils s'imposer sur les marchés du contenu créatif en ligne?

Ces questions sont particulièrement préoccupantes pour plusieurs catégories d'intéressés: les auteurs, créateurs et interprètes; les producteurs; les distributeurs; les consommateurs et, plus généralement, la communauté en ligne; les compagnies de télécommunications et fournisseurs d'accès; et les entreprises du secteur des TIC.

Le présent document ouvre officiellement une consultation publique en vue de préparer une communication sur le contenu en ligne qui doit être adoptée par la Commission européenne à la fin de cette année. La communication analysera les mesures à valeur ajoutée qui pourraient être prises au niveau européen pour accroître la compétitivité du secteur européen de la production et de la distribution de contenu en ligne. Elle étudiera aussi les types d'instrument qui pourraient être utilisés: législation stricte/souple, promotion des meilleures pratiques, soutien financier, etc. Elle tiendra compte des conclusions de la conférence sur la créativité en ligne organisée par la présidence finlandaise de l'Union européenne, en coopération avec la Commission européenne, les 13 et 14 juillet 2006 à Helsinki (<http://www.creativityonline.fi>) et de la conférence «Contenu pour compétitivité – Renforcer les industries créatives européennes dans le cadre de la stratégie i2010» organisée par la présidence autrichienne de l'Union européenne les 2 et 3 mars 2006 à Vienne.

---

<sup>1</sup> Observatoire européen des technologies de l'information (EITO), 2005.

Les parties intéressées ont jusqu'au **13 octobre 2006** pour présenter leurs observations. Le questionnaire ci-après traduit certains des défis que les politiques de l'UE doivent relever du point de vue de la DG Société de l'information et Médias, ainsi que les préoccupations ou idées dont certaines des catégories d'intéressés susmentionnées ont déjà fait part. Les observations peuvent naturellement soulever d'autres questions relatives au contenu en ligne.

# QUESTIONNAIRE

## TYPES DE CONTENU CRÉATIF ET DE SERVICES EN LIGNE

Pour préparer cette consultation, la Commission a recensé les types suivants de contenu et de services créatifs:

- **Médias audiovisuels en ligne**
  - films, programmes télévisés, documentaires, émissions d'information et blogs/vlogs, vidéodiffusion, séries en ligne, émissions sportives en ligne, etc.;
  - Musique en ligne (téléchargements de musique, sonneries de téléphone, clips vidéo, etc.);
  - Radio en ligne (par exemple baladodiffusion, programmes radio, émissions d'information, sportives, etc.);
- **Jeux en ligne** (comme les jeux de rôle en ligne massivement multijoueurs);
- **Édition en ligne** (matériel «imprimé»/livres/journaux en ligne, etc.);
- **Matériel éducatif**;
- **Autres services créatifs en ligne** (informations culturelles, etc.).

## QUESTIONS

### Types de contenu créatif et de services en ligne

1. Proposez-vous du contenu ou des services également en ligne? Si oui, quel type de contenu ou de services? Ce contenu et ces services sont-ils nettement différents du contenu et des services créatifs que vous proposez hors ligne (durée, format, etc.)?
2. Y a-t-il d'autres types de contenu dont vous pensez qu'ils devraient entrer dans le champ d'application de la future communication? Veuillez indiquer les différents types de contenu/services que vous proposez d'y inclure?

### Consommation, création et diversité du contenu en ligne

3. Pensez-vous que l'environnement actuel (juridique, technique, commercial, etc.) est à même de susciter la confiance dans de nouveaux contenus créatifs et services en ligne, et qu'il est propice à leur adoption? Si non, qu'est-ce qui vous préoccupe: fiabilité/sécurité insuffisante du réseau? Vitesse limitée des réseaux? Craintes pour votre vie privée? Craintes de violer du contenu protégé? Systèmes de paiement non fiables? Régimes tarifaires compliqués? Manque d'interopérabilité entre les appareils? Harmonisation insuffisante dans le marché unique? Etc.

4. Pensez-vous que les intérêts du public (vie privée, accès à l'information, etc.) sont protégés de façon appropriée dans l'environnement en ligne? Comment les droits de l'utilisateur sont-ils pris en compte dans le pays où vous vivez/exercez votre activité?
5. Quelle importance accordez-vous à la possibilité d'accéder à tout le contenu en ligne, et de l'utiliser, à l'aide de plusieurs appareils différents? Quels sont les avantages et/ou les inconvénients d'une telle interopérabilité entre contenu et appareils dans l'environnement en ligne? Quel est votre avis concernant le cadre juridique actuel en la matière?
6. Dans quelle mesure la diversité culturelle s'auto-entretient-elle en ligne? Ou bien faut-il précisément favoriser davantage la diversité culturelle en ligne? Comment permettre à plus de gens de partager et diffuser leurs propres créations? En fait-on assez pour respecter et favoriser la diversité linguistique?

### **Compétitivité de l'industrie européenne du contenu en ligne**

7. Si vous comparez l'industrie du contenu en ligne en Europe avec celle d'autres régions du monde, quels sont à votre avis les forces et les faiblesses de notre industrie en termes de compétitivité? Veuillez donner des exemples.

### **Nouveaux modèles opérationnels et passage des modèles classiques au monde numérique**

8. Dans votre pays et votre domaine d'activité, quelles possibilités voyez-vous de créer et distribuer du contenu en ligne nouveau (il pourrait s'agir de transmission en continu, de paiement à la séance, d'abonnement, de vidéo à la demande, de poste-à-poste, d'offres spéciales pour groupes ou communautés, par exemple les écoles, bibliothèques numériques, communautés en ligne, et des plateformes utilisées)? Envisagez-vous de proposer ces nouveaux services au niveau national seulement, dans toute l'Europe ou au-delà? Si non, à quels obstacles vous heurtez-vous?
9. Veuillez fournir des prévisions à moyen terme, s'il en existe, concernant l'évolution de la demande de contenu en ligne dans votre domaine d'activité.
10. Existe-t-il des entraves techniques (par ex. capacité de téléchargement en liaison montante et descendante, disponibilité des logiciels, autres paramètres techniques comme l'interopérabilité, le matériel, les compétences, etc.) à une création et une distribution de contenu en ligne plus efficaces? Si oui, lesquelles?
11. Quel type de difficultés rencontrez-vous pour vous assurer des recettes? À votre avis, quel doit être le rôle des différents acteurs pour garantir une source durable de recettes en matière de création et de distribution en ligne?

### **Systèmes de paiement et régimes tarifaires**

12. Quels sont les types de système de paiement utilisés dans le domaine et le(s) pays où vous exercez votre activité? Comment ces systèmes de paiement pourraient-ils être améliorés?
13. Quels sont les types de régime ou de stratégie tarifaire appliqués dans votre domaine d'activité? Comment pourraient-ils être améliorés?

### **Octroi de licences, autorisation des droits, rémunération des titulaires**

14. Un système de licences ou d'autorisation des droits à l'échelle de l'Europe ou de plusieurs pays serait-il avantageux pour les entreprises du secteur de la création? Si oui, quel serait le meilleur moyen de le mettre en place? Quelles sont les difficultés économiques et juridiques à surmonter dans ce domaine?
15. Y a-t-il des problèmes concernant l'octroi de licences et/ou l'autorisation effective des droits dans le secteur et le(s) pays où vous exercez votre activité? Comment ces problèmes pourraient-ils être résolus?
16. Comment la distribution en ligne de contenu créatif doit-elle être prise en compte dans la rémunération des titulaires de droits? Quelles conséquences la convergence doit-elle avoir sur la rémunération des titulaires de droits (systèmes de prélèvement, nouvelles formes de compensation pour la copie privée autorisée/non autorisée, etc.)?

### **Obstacles juridiques ou réglementaires**

17. Y a-t-il des obstacles juridiques ou réglementaires qui empêchent le développement de contenu et de services créatifs en ligne, par exemple des mesures fiscales, le régime de propriété intellectuelle ou d'autres contrôles?
18. Comment encourage-t-on le développement de contenu et de services créatifs en ligne dans le pays où vous exercez essentiellement votre activité?

### **Fenêtres de mise à disposition**

19. Des fenêtres de mise à disposition s'appliquent-elles à votre modèle opérationnel? Si oui, comment évaluez-vous le fonctionnement du système? Avez-vous des propositions pour l'améliorer si nécessaire? Pensez-vous que les fenêtres de mise à disposition se justifient encore dans l'environnement en ligne? D'autres modèles seraient-ils appropriés?

### **Réseaux**

20. L'internet repose actuellement sur le principe de la neutralité du réseau selon lequel toutes les données en circulation dans le système sont traitées de la même façon. L'une des idées lancées consisterait à autoriser les opérateurs de réseau à offrir des services préférentiels de haute qualité à certains prestataires au lieu de fournir un service neutre. Quelle est votre position à ce sujet?

### **Piratage et téléchargement non autorisé d'œuvres soumises à droits d'auteur**

21. Dans quelle mesure votre modèle opérationnel souffre-t-il du piratage (matériel et/ou en ligne)? Quel est le type de mesures prises pour enrayer le piratage dans le secteur/domaine et le(s) pays où vous exercez votre activité? Estimez-vous que le téléchargement non autorisé est aussi préjudiciable en liaison montante qu'en liaison descendante? Dans la lutte contre le piratage, faut-il faire une distinction entre les «petits» et les «gros» pirates?

22. Dans quelle mesure les campagnes éducatives et de sensibilisation concernant le respect des droits d'auteur contribuent-elles à limiter le piratage dans le(s) pays où vous exercez votre activité? Avez-vous des propositions précises en la matière?
23. Les technologies poste-à-poste pourraient-elles être utilisées de telle sorte que les propriétaires de matériel soumis à droits d'auteur soient correctement protégés dans le domaine et le(s) pays où vous exercez votre activité? Le partage de fichier poste-à-poste (y compris de matériel non soumis à droits d'auteur) annonce-t-il de nouveaux modèles opérationnels? Si oui, veuillez les décrire.

### **Classement ou classification**

24. Le classement ou la classification du contenu sont-ils problématiques pour votre activité? Les différentes méthodes nationales concernant la classification constituent-elles une entrave à la libre circulation des services créatifs? Comment la classification est-elle assurée dans votre activité (autorégulation, corégulation)?

### **Systèmes de gestion des droits numériques (DRM)**

Les systèmes de DRM utilisent des technologies de recensement et de description du contenu numérique soumis à des droits de propriété intellectuelle. Même si les systèmes de DRM sont essentiellement des technologies permettant de gérer les droits et les paiements, ils contribuent aussi à prévenir les utilisations non autorisées.

25. Utilisez-vous des systèmes de DRM ou envisagez-vous de le faire? Si non, pourquoi? Estimez-vous que les systèmes de DRM constituent un moyen adapté de gérer et garantir la distribution de matériel soumis à droits d'auteur dans l'environnement en ligne?
26. Avez-vous accès à des systèmes solides de DRM assurant ce que vous estimez être un niveau approprié de protection? Si non, pourquoi? Quelles sont les conséquences pour vous de ne pas avoir accès à un système solide de DRM?
27. Dans le secteur et le(s) pays où vous exercez votre activité, les systèmes de DRM sont-ils largement utilisés? Ces systèmes sont-ils assez transparents pour les créateurs et consommateurs? Les systèmes utilisés sont-ils conviviaux?
28. Recourez-vous à des mesures de protection contre la copie? Dans quelle mesure cette protection contre la copie est-elle acceptée par autrui dans le secteur et le(s) pays où vous exercez votre activité?
29. Concernant les systèmes de DRM, souhaiteriez-vous soulever d'autres questions telles que la gouvernance, les contrats de confiance et la conformité, l'interopérabilité?

### **Compléter les offres commerciales par des services non commerciaux**

30. De quelle façon certains services non commerciaux, comme l'ouverture d'archives en ligne (partenariats public/privé), peuvent-ils compléter les offres commerciales proposées aux consommateurs dans le secteur où vous exercez votre activité?

### **Rôle des fabricants de matériel et de logiciels**

31. Comment les fabricants européens de matériel et de logiciels pourraient-ils tirer pleinement parti de la création et de la distribution de contenu créatif et de services en ligne (appareils, systèmes de DRM, etc.)?

**Rôle des pouvoirs publics?**

32. Quel rôle les administrations nationales et régionales pourraient-elles jouer pour promouvoir de nouveaux modèles opérationnels dans l'environnement en ligne (déploiement du haut débit, inclusion, etc.)?

33. Quelles sont les actions (politiques, mesures de soutien, projets de recherche) qui pourraient être entreprises au niveau de l'UE pour répondre aux questions précises que vous avez soulevées? Avez-vous des propositions concrètes en la matière?

La direction générale Société de l'information et Médias de la Commission européenne vous invite à répondre à ce questionnaire avant le **13 octobre 2006**.

Veillez présenter vos observations dans un format électronique couramment lisible. Sauf indication contraire, toutes les contributions seront publiées sur le site web de la Commission.

Si vous souhaitez que votre contribution soit traitée de manière confidentielle, veuillez le préciser en haut de la première page de vos observations.

Si vous souhaitez ajouter une lettre d'accompagnement, veuillez le faire dans un document séparé.

Au cas où vos observations dépasseraient quatre pages, veuillez en fournir un **résumé analytique** au début. Toutes les contributions doivent être adressées par courrier électronique à la boîte fonctionnelle de l'unité «Politiques audiovisuelle et des médias» de la direction générale Société de l'information et Médias: [avpolicy@ec.europa.eu](mailto:avpolicy@ec.europa.eu).