

## CONSULTATION PUBLIQUE DE LA COMMISSION EUROPEENNE SUR LE CONTENU EN LIGNE DANS LE MARCHÉ UNIQUE

L'AFORST remercie la Commission de lui permettre de contribuer à la consultation sur les contenus en lignes qui sont, très certainement, le support durable de la croissance de notre secteur.

En effet, l'AFORS Télécom (Association des Opérateurs de Réseaux et Services de Télécommunications) représente la plupart des opérateurs alternatifs fixes et mobiles<sup>1</sup>. Elle a donc vocation à être l'interlocuteur privilégié des pouvoirs publics français et des instances européennes ainsi que des autorités de régulation du secteur.

Toutefois, compte tenu de la diversité des activités de ses membres, notre association ne répondra pas exhaustivement au questionnaire de la Commission mais se contentera, ci-dessous, d'apporter son point de vue sur les sujets qui ont l'impact le plus direct sur les conditions de fourniture de contenus en ligne par les opérateurs de communications électroniques.

### 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.*

Il est clair que l'environnement actuel est en mesure de proposer des solutions de plus en plus propices à une adoption de masse des contenus en ligne. Sur le plan technique, les réseaux sont dorénavant fiables et l'utilisateur final dispose de la protection nécessaire grâce à la législation en

---

<sup>1</sup> L'AFORS Télécom regroupe les opérateurs suivants :

Altitude Telecom, B3G, BOUYGUES TELECOM, BT, Colt Télécommunications France, Completel, Deutsche Telekom France, HUB Télécom, neuf cegetel, Verizon Business, Outremer Télécom, Prosodie, SFR, SRR, Telecom Italia, UPC Broadband France.

place, tant française qu'européenne (code de la consommation ; directives sur le commerce électronique, la sécurité et la protection des données personnelles). Par ailleurs, les systèmes de paiement en ligne sont sécurisés et des dispositifs de protection des mineurs ont été mis en place par le secteur.

Dès lors, il ne nous apparaît pas utile de renforcer la réglementation mais de veiller à son application par les e-commerçants. Un tel renforcement risquerait d'enfermer les services en ligne dans un carcan et de freiner leur développement.

A ce titre, il est bon de souligner que la communication de la Commission<sup>2</sup> sur la révision des directives du « paquet télécoms » fait un constat qui nous semble tout à fait erroné de l'échec du marché à sécuriser les communications en ligne : « *la société, au quotidien, est devenue plus dépendante des réseaux et services essentiels de communications électroniques, au travail comme à la maison. Jusqu'ici le marché n'a pas réussi à satisfaire les besoins des utilisateurs sur les problèmes de sécurité* ».

En effet, cette affirmation de la Commission est loin d'être prouvée dans les faits. Au contraire, le marché répond de manière adaptée aux appréhensions des consommateurs en matière de sécurité : la plupart des fournisseurs de service incluent anti-virus, anti-spam et autres mesures de sécurité dans leurs offres standard. L'étude Oxford Internet Survey conclut au succès du marché pour la résolution des problèmes de sécurité en remarquant notamment une chute des plaintes pour virus de 43% en 2003 à 18% des internautes en 2005. A chaque nouveau problème, le marché répond avec la réactivité nécessaire lui permettant de développer une solution adaptée rapidement.

Du point de vue de la Commission, il est nécessaire de mettre en place un cadre réglementaire permettant la protection des citoyens et des entreprises de manière à promouvoir la confiance des ces derniers dans la société de l'information. L'AFORST, compte tenu du développement qui précède, tient à souligner que toute régulation inappropriée peut avoir pour effet néfaste de brider l'innovation, alors même que le marché s'est avéré, jusqu'à présent, une source de solutions adaptées aux problèmes rencontrés.

La Commission devrait par ailleurs rappeler que les opérateurs ne sont pas responsables des contenus en circulation sur les réseaux en application du principe de neutralité et que le filtrage de contenus ne fait pas partie de leur métier. Par conséquent, les obligations doivent se cantonner au bon fonctionnement et à la fiabilité des réseaux pour un accès ouvert et sécurisé aux utilisateurs finals

*6. Dans quelle mesure la diversité culturelle s'autoentretient-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?*

La diversité culturelle est alimentée par la logique de l'offre et de la demande, ainsi que par les possibilités accrues de stockage sur internet. En effet, d'une part la rentabilité économique impose aux services « à la demande » de proposer le plus de contenus possible de manière à répondre au mieux à la demande des consommateurs. Il ne s'agit pas de programmes prédéterminés par un choix

---

<sup>2</sup> Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the Review of the EU Regulatory Framework for electronic communications networks and services, 29 June 2006

éditorial mais d'un mode de consommation actif qui place l'utilisateur au cœur du système. Le consommateur peut ainsi sélectionner et même construire son propre programme. C'est pourquoi, la variété de l'offre est par essence indispensable au développement du service. D'autre part, ce type de service offre de larges possibilités de diffusion pour des contenus anciens ou ne trouvant pas de débouchés via les modes de diffusion classique. Alors que la télévision traditionnelle sacrifie fréquemment des programmes tels que les courts métrages ou les documentaires, les services à la demande constituent un moyen de les rendre disponibles plus librement. A ce titre, en mai 2005, Viviane Reding déclarait que « *les services en ligne faciliteront considérablement l'accès au cinéma européen dans toute sa diversité et favoriseront sa diffusion dans l'Union Européenne et sur les marchés internationaux.* »<sup>3</sup>. Ce d'autant plus que selon le 7<sup>e</sup> rapport de la Commission sur la promotion des œuvres européennes, celles-ci sont aujourd'hui diffusées plus fréquemment que ne le recommande l'actuelle directive, dite « télévision sans frontière » du 3 octobre 1989 [TSF], par les chaînes de télévisions européennes ; en outre, la France, le seul pays à avoir imposé des quotas n'obtient pas les meilleurs résultats<sup>4</sup>.

De fait, en leur assurant une surface de diffusion accrue, le développement des contenus en ligne est un moyen en soi de stimuler une plus large audience des productions européennes. Il ne convient pas de brider ce développement par des mesures contraignantes notamment avec l'imposition de quotas, mesure qui sera largement contreproductive en cette période d'émergence et de croissance de ces nouveaux services.

## **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?*

Les opérateurs de communications électroniques ont aujourd'hui mis en place toutes les solutions nécessaires pour l'interopérabilité et la sécurité de leurs réseaux. La balle est donc désormais dans le camp des éditeurs et fournisseurs de contenus, à qui il revient de proposer des offres innovantes adaptées à la diffusion en ligne, pour attirer les consommateurs.

En termes d'obstacles juridiques, certains des opérateurs sont confrontés aux réticences des ayants droits à leur donner un accès aux catalogues, conforme à leurs attentes et leurs besoins.

D'autre part, l'AFORST considère que toute obligation qui pèserait sur les opérateurs de communications électroniques en termes d'engagement dans la production et/ou la diffusion de contenus européens ou français constituerait un obstacle réglementaire important pour un secteur encore très émergent. Or tel est le cas dans l'actuel projet de révision de la directive TSV actuellement en discussion. Celle-ci prévoit, en effet, une extension des obligations pesant sur les services traditionnels aux services non linéaires. Une telle extension à un secteur, accoutumé à l'autorégulation, risque fortement de brider le développement d'un marché qui n'est pas encore mature et n'a pas encore trouvé un modèle économique pérenne. Il ne saurait sur ce point être avancé que ces services doivent être régulés au motif qu'ils seraient en concurrence avec les services audiovisuels traditionnels, dans la mesure où il n'existe pas encore de marché unique de services de

---

<sup>3</sup> Discours du 17 mars 2005, « *Europe Day at the Cannes Film Festival* »

<sup>4</sup> cf. Les Echos, 23/08/2006, « *Télévision : les œuvres européennes se défendent très bien sans quotas* »

communications audiovisuelles mais des habitudes de consommation et des fonctionnalités de services très différentes (les services non linéaires fonctionnant principalement « à la carte »).

Plus généralement, l'AFORST invite la Commission à faire preuve de la grande prudence sur les effets des réglementations destinées à soutenir la diversité culturelle notamment dans le cadre des offres de services non linéaires au sens du projet de directive TVSF.

Les offres légales de contenus non linéaires (location ou vente en ligne d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles dématérialisées) sont à ce jour extrêmement réduites.

À ce stade, il n'existe aucune concurrence entre le marché de la radiodiffusion de programmes linéaires et la fourniture légale de programme non linéaires. Le marché des services non linéaires est ainsi un marché émergent qui ne peut être comparé, en termes de parts de marchés ou de chiffre d'affaires, au marché des services linéaires.

L'AFORST souhaite que les autorités publiques n'entravent pas le développement des services non linéaires par des interventions réglementaires rigides dont les conséquences futures sont difficiles à mesurer compte tenu de l'imaturité du marché.

*18. Comment encourage-t-on le développement de contenu et de services créatifs en ligne dans le pays où vous exercez essentiellement votre activité?*

Pour les opérateurs, il y a sur ce point un manque patent d'encouragement au développement de leur activité liée aux contenus, sous prétexte « d'exception culturelle française », les orientations gouvernementales vont plutôt dans le sens de plus d'une régulation au risque d'étouffer le secteur et de le tuer dans l'œuf.

### **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?*

Il est légitime que les investissements dans la production de cinéma soient protégés par un dispositif tel que la chronologie des médias.

Ce modèle peut s'appliquer à la fourniture de contenus en ligne, sous réserve de cohérence entre les délais applicables aux divers supports et l'idée que se fait le public d'une certaine immédiateté de l'accès aux services sur internet.

Or, le système légal prévoit actuellement un délai de 7,5 mois à partir de la sortie en salle d'un film avant sa mise en ligne sur les plates-formes de VOD alors qu'il octroie un délai de seulement 6 mois pour la sortie sur DVD et dans les vidéoclubs.

Pour les opérateurs, il ne s'agit donc pas de revenir sur le principe même de fenêtre de mise à disposition, mais d'être en mesure de proposer aux clients des contenus attractifs sans subir la concurrence déloyale d'autres supports de diffusion.

C'est pourquoi, il est nécessaire que cette chronologie, si elle existe, soit cohérente avec le reste du marché, non seulement pour permettre aux opérateurs de proposer une offre attrayante mais aussi de

manière à lutter contre le piratage. En effet, on observe une explosion de la mise en téléchargement illégal des œuvres dans les jours suivants la sortie en vidéoclubs ou en DVD, 6 mois après la sortie en salle. Dans ces conditions, aligner le délai de la VOD sur celui du DVD est, non seulement un impératif minimum pour assurer le développement des offres de contenus en ligne, mais aussi un moyen pertinent de lutte contre le piratage.

Par ailleurs, les délais prévus actuellement par les textes de loi ne peuvent être contournés que si les intérêts des ayants droit le justifient, par exemple une prorogation de délai peut être octroyée si le film marche bien en salle ou sa réduction si, inversement, le film connaît une faible audience en salle. Ainsi, les consommateurs se voient privés plus longtemps d'un accès en ligne pour les meilleurs films.

A contrario, l'AFORST estime, et ce d'autant plus dans un contexte de lutte contre le piratage, que la chronologie devrait tenir compte des attentes des consommateurs et non seulement des intérêts des détenteurs de droit.

## 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?*

Certains éditeurs de contenus ou des moteurs de recherche proposent des services nécessitant des débits toujours plus importants. L'augmentation de ces débits suppose l'accroissement des capacités de réseaux financé par les opérateurs. Dans ces conditions, il pourrait être légitime de voir des opérateurs de réseaux proposer différents niveaux de qualité de services aux éditeurs de portail et/ou aux utilisateurs alors que les premiers sont en passe de devenir des concurrents directs des opérateurs sur le marché des communications personnelles.

Par exemple, si un de ces éditeurs constate que le débit « générique » proposé par l'opérateur à l'utilisateur ne permet pas une diffusion optimale de ses nouveaux services, il pourrait choisir le niveau de services adéquat proposé par l'opérateur afin d'augmenter le débit réservé à son service.

Il appartient à chaque opérateur de définir librement les différentes offres commerciales qu'il propose pour les prestations de transport sur son réseau, dans le respect du droit de la concurrence.

A ce titre, il est important de bien comprendre que le débat complexe de la net neutrality doit être placé sur le terrain des offres de réseaux aux fournisseurs de contenus et de services et non sur celui de la qualité et de la diversité des offres destinées à l'utilisateur final qui dépendent uniquement d'un bon fonctionnement concurrentiel du marché.

## **Piratage et téléchargement non autorisé d'oeuvres 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?*

Les opérateurs sont bien entendu favorables à la lutte contre le téléchargement de fichiers illégaux, lequel, outre le fait d'être illégal provoque une méfiance des détenteurs de droits qui les freine dans le lancement d'offres innovantes.

En droit français, les fournisseurs d'accès doivent sensibiliser les consommateurs contre la piraterie par le biais de message sur leurs sites Internet ou de message écrit sur leur notice.

Cependant, l'AFORST n'est pas favorable à ce que les opérateurs de réseaux soient les seuls sur lesquels pèseraient la responsabilité de lutter contre le piratage.. Elle considère ainsi que la meilleure lutte contre le piratage réside dans la combinaison de plusieurs mesures :

- une pédagogie préventive des pouvoirs publics (éducation, campagnes d'information...);
- la mise en place d'un cadre répressif proportionné au type de délinquance concerné;
- le développement d'offres légales à des prix abordables pour les clients et de nature à garantir également aux ayants droit la protection de leurs œuvres.