

**GROUPE CANAL+ REPONSE A LA CONSULTATION PUBLIQUE
DE LA COMMISSION EUROPEENNE DE JUILLET 2006
SUR LE CONTENU EN LIGNE DANS LE MARCHÉ UNIQUE**

REMARQUES PRELIMINAIRES

Premier acteur de la télévision à péage en France et en Pologne, le Groupe CANAL+ a un rôle de premier plan dans l'édition et la distribution de chaînes de télévision ainsi que dans la coproduction et distribution d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles.

Le marché de la télévision est aujourd'hui en pleine évolution :

- Les plates-formes de diffusion se multiplient (ADSL, TNT, 3G, DVB-H, Wi-Max)
- De nouveaux usages s'installent (Vidéo à la demande (VOD), télévision sur mobile, télé de poche nomade)

Le Groupe CANAL+ joue un rôle moteur dans cette mutation, en préparant la télévision de demain et les nouveaux usages qui sont en train de devenir réalité pour les consommateurs.

Enfin, Vivendi, qui détient le Groupe Canal+, a signé la Charte européenne pour le développement et l'adoption du cinéma en ligne, le 23 mai 2006 à Cannes.

Le Groupe Canal+ souhaite contribuer à la réflexion menée par la Commission dans le domaine des contenus en ligne, et dont les résultats alimenteront la Communication prévue pour la fin de l'année 2006.

RESUME ANALYTIQUE

- Le développement des services de contenus en ligne ne paraît pas, à ce jour, freiné par des restrictions qui découleraient spécifiquement de la réglementation en vigueur. Aussi, si des évolutions pouvaient le cas échéant s'avérer nécessaires après étude approfondie elles ne devraient a priori être que mineures, sans réforme en profondeur des systèmes nationaux.
- L'essor de ces services de contenus en ligne pourrait s'appuyer sur l'instauration de mesures fiscales incitatives, notamment un taux de TVA réduit pour l'ensemble des biens et services culturels et leur distribution.
- L'adoption au niveau européen d'une disposition interdisant la mise à disposition de logiciels destinés à permettre des utilisations non autorisées d'œuvres protégées par le droit d'auteur contribuera de façon significative à la lutte contre le piratage

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.)?

Le Groupe CANAL+, via sa filiale CANAL+ ACTIVE, a lancé son service de vidéo à la demande « CANALPLAY », à la suite du rachat de MOVIESYSTEM, en avril 2004. Ce service est commercialisé via le site web canalplay.com. CANALPLAY est également proposé pour réception TV par ADSL, sur Free Box TV.

Un certain nombre de contenus proposés par ailleurs par le Groupe CANAL+ dans ses offres « hors ligne » sont proposés ou sont d'être susceptibles d'être proposés sur le service CANALPLAY (p.ex. long-métrages, séries, etc.). Aucune adaptation particulière de ces contenus (par exemple de leur durée ou de leur format) n'est nécessaire.

Les contenus fournis aux opérateurs mobiles dans le cadre de l'offre CANAL+ Mobile (sur Orange, SFR et Bouygues) sont des contenus non linéaires (disponibles donc en téléchargement, comme des services de VOD) adaptés à l'environnement des réseaux de téléphonie mobile EDGE et UMTS.

De plus, le Groupe CANAL+ édite une chaîne d'information en continue, I>TELE, dont l'antenne est également reprise 24h/24 sur son site internet (www.itele.fr). Outre la reprise de son antenne, I>TELE propose un contenu spécifique (axé sur l'info) sur son site Internet.

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?

Les contenus identifiés par la Commission comme entrant dans le champ d'application de la future communication sont les suivantes :

- **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);

- **Edition en ligne** (matériel « imprimé »/livres/journaux en ligne, etc.);

- **Matériel éducatif;**
- **Autres services créatifs en ligne** (informations culturelles, etc.).

Cette liste semble appropriée pour les besoins de la communication.

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.

Les évolutions récentes, avec le lancement de nombreux services en ligne, démontrent que l'environnement actuel susciterait plutôt la confiance dans de nouveaux contenus et services en ligne, tels que ceux développés par le Groupe CANAL+. Bien évidemment, comme dans tout marché en cours de développement, certaines évolutions peuvent s'avérer souhaitables.

La fiabilité/sécurité des réseaux est essentielle pour le développement de nouvelles techniques de distribution numériques et le déploiement de contenus riches et variés. Les services de la télévision à péage (analogiques et numériques) ont besoin de systèmes de contrôle d'accès efficaces, à l'instar des solutions qui ont été déployées par le Groupe CANAL+ pour la distribution de ses offres de contenus.

Les offres de VOD sont déployées à l'aide de techniques de DRM. Les mesures de protection techniques doivent être adaptées aux caractéristiques de chaque service.

L'économie du numérique est actuellement encadrée, au niveau européen, par divers instruments, par exemple, la directive sur le commerce électronique, la directive « télévisions sans frontières », la directive sur l'harmonisation du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information, et le Paquet Télécoms. Cet ensemble couvre à la fois les services de la société de l'information, les services de radiodiffusion et de médias audiovisuels, les réseaux et services de communications électroniques, et la protection des données personnelles. Ce dispositif, dont les règles sont révisées périodiquement, notamment pour prendre en compte les avancées technologiques, est propice au développement de nouveaux services ainsi qu'à la convergence.

Le développement des services licites, le respect des droits de propriété intellectuelle et une meilleure lutte contre le piratage nécessitent la mise en place de mesures pour lutter contre les logiciels de pair à pair qui incitent au piratage de masse, au détriment des titulaires de droits.

Il peut être intéressant de remarquer que l'appréciation des acteurs du secteur peut varier en ce qui concerne les caractéristiques de la sécurité dans l'environnement en ligne. Certains acteurs peuvent privilégier le développement d'offres via une plate-forme de distribution (par exemple, TV ADSL)

tandis que d'autres accordent leur confiance à une autre forme de distribution (distribution via des PC, par exemple). Ces divergences peuvent compliquer la constitution d'offres « seamless » pour le consommateur.

Le développement des services ainsi que le dialogue entre les différents acteurs de l'industrie contribueront, à terme, à gommer les divergences d'appréciation de la sécurité et encourager une confiance partagée dans l'environnement en ligne.

Notons que le commerce en ligne enregistre déjà une croissance du chiffre d'affaires annuel en France de 50% entre 2003 et 2005. En 2005, le commerce en ligne a généré environ 8,7 milliards d'euros en France, soit 53% de plus qu'en 2004¹. En ce qui concerne plus précisément les ventes de musique, vidéos et jeux vidéo, le chiffre donné par l'Observatoire européen des technologies de l'information est de 3 milliards d'euros en 2005 pour les pays de l'Europe de l'ouest².

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?

Les intérêts des usagers, ainsi que ceux des créateurs, forment la base de la recherche d'un équilibre entre l'ensemble des intérêts en cause. Il semble que le public ait confiance dans l'environnement en ligne dans la mesure où le nombre de transactions est en croissance, cf. supra.

Les droits du public et leurs intérêts sont protégés par des mesures nationales (loi informatique et libertés) et européennes (directive commerce électronique).

Il est toutefois vrai que certaines personnes restent réticentes à adopter de nouveaux comportements des consommations et à entreprendre des transactions en ligne, que cela concerne l'acquisition de contenus ou de biens matériels (commerce électronique). Ces réticences pourront être surmontées avec des campagnes de sensibilisation et d'éducation, combinées avec la mise en œuvre des mesures cités supra pour la protection des intérêts des consommateurs.

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?

¹ Article « Le commerce en ligne, vers une croissance plus douce » 12 septembre 2006, www.tf1.lci.fr
A noter, l'étude du Benchmark Group (source, communiqué de presse en date du 28 mars 2006) estime la valeur du marché français en 2006 à 9,5 milliards d'euros, et donne le chiffre de 7 milliards d'euros pour l'année 2005.

² Article « Les ventes de musique, vidéos et jeux vidéo généreront 3 milliards d'euros en 2005 », 2 mai 2005, ZDNet France

L'interopérabilité est un objectif partagé par tous les acteurs de marché, notamment dans le but de favoriser l'atteinte des objectifs de Lisbonne. La recherche de l'interopérabilité des systèmes doit, néanmoins, être conduite dans le respect de nombreux paramètres, notamment de sécurité³.

L'industrie poursuit un dialogue actif sur les questions d'interopérabilité. La Commission en a tenu compte dans sa communication de février 2006 sur l'interopérabilité des services de télévision numérique interactifs :

« interoperability cannot be guaranteed by simply imposing in law a standard [...] it can be achieved when stakeholders act together to implement a standard with a common aim of securing interoperability ».

Il serait cependant illusoire d'imaginer que l'on puisse accéder à tout le contenu en ligne, et que tout le contenu en ligne soit parfaitement interopérable, c'est-à-dire que tous les appareils puissent donner accès à tous les contenus.

En effet, les détenteurs de droits et leurs partenaires distributeurs doivent conserver la possibilité de décider du meilleur moyen de commercialiser ce contenu, ainsi que des meilleures solutions pour sa protection. Le cadre juridique doit favoriser la recherche de solutions d'interopérabilité par les acteurs du marché en fonction des réalités du marché. Notons que certains produits pourront être distribués selon des *business models* nécessitant des approches distinctes des questions d'interopérabilité (par exemple sur la base d'un financement par la publicité (dans un environnement internet, par exemple), et d'autres sur la base d'abonnement (par exemple, dans le cadre de distribution sur mobile)).

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?

La diversité culturelle peut être favorisée par la mise en place de politiques flexibles permettant d'adapter la réglementation aux nouvelles réalités de l'environnement en ligne.

Il faut toutefois veiller à ce que le développement des services non linéaires ne soit pas entravé par une réglementation inappropriée, et le degré comme le type des éventuelles obligations de ces services devraient pouvoir varier en fonction de la nature du service non linéaire.

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.

³Communication de la Commission du 31 mai 2006 « A strategy for a secure information society »

Il semble utile de noter que selon l'étude *New Media Markets* en date du 15 septembre 2006, en 2005, 5,5 million de foyers à travers l'Europe ont accès à des services de VOD. Selon l'institut eMarketer, le nombre de foyers américains utilisant les services de VoD devrait progresser de 60 % dans les trois ans qui viennent, passant de 29,6 millions cette année à 47,1 millions en 2009. Ces chiffres démontrent qu'en comparaison avec les Etats-Unis, le marché européen reste à développer.

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?

Comme indiqué ci-dessus, le Groupe CANAL+ reste pionnier en France dans la préparation de la télévision de demain et des nouveaux usages.

L'offre VOD du Groupe CANAL+ est commercialisée en France, et à ce jour il n'est pas possible d'évoquer des plans de développement d'activités en ligne dans d'autres pays. Le choix de se focaliser sur un seul pays peut ne pas résulter d'une perception d'obstacles quelconques, mais d'une volonté d'approfondir une offre en direction d'un marché national en particulier.

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.

Le marché de la VOD représente un marché potentiellement fleurissant pour l'ensemble des opérateurs qui y sont actifs. Ainsi qu'en témoigne l'étude NPA réalisée en mars 2006 pour le CNC⁴, de nombreux services se lancent en France et en Europe, selon des modèles différents. Les chiffres publiés le 15 septembre 2006 par *New Media Markets* prévoient que le nombre de foyers européens équipés pour recevoir des services VOD / SVOD passera d'une estimation de 5,5 millions en 2005 à 40,6 millions en 2010. La valeur total du marché doit se multiplier presque fois 10 pour atteindre US\$3 045 millions en 2010.

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?

⁴ Le développement de la vidéo à la demande en France et en Europe, NPA Conseil, mars 2006

Les entraves techniques, notamment liés aux capacités de téléchargement, vont en décroissant avec la pénétration accrue des services de broadband en Europe. En effet, selon une étude Eurobarometer, presque 25% des foyers européens ont une connexion internet à large bande⁵.

Comme indiqué ci-dessus, aujourd'hui on peut constater une « entrave culturelle » pour certains consommateurs liés simplement à l'adaptation à l'univers en ligne.

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?

-

Systemes 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?

En prenant par exemple le service CANALPLAY, il faut en premier lieu créer un compte personnel, télécharger et installer le logiciel gratuit CANALPLAY, ensuite effectuer le paiement par carte bancaire (paiement sécurisé).

CANALPLAY a conclu des accords avec certains FAI qui proposent à leurs clients, via le service *Internet +* de facturer les consommations en fin de mois avec la facture de l'abonnement internet.

Enfin, les consommations du service de CANALPLAY sur ADSL sont facturées par l'opérateur FREE de manière mensuelle.

13. Quels sont les types de régime ou de stratégie tarifaire appliqués dans votre domaine d'activité? Comment pourraient-ils être améliorés?

Le service CANALPLAY propose des films à 4,99 euros (nouveautés), à 3,99 euros (films de catalogue) et les séries sont proposés au prix de 1,99 euros.

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?

⁵ IP/06/1122 « Household survey : Telecoms and broadband access in Europe », 25 août 2006

En règle générale, les marchés au détail pour les produits exploitant des licences, autorisations de droits etc. restent, à ce jour, des marchés d'une dimension nationale. Aussi, la question de l'avantage pour les entreprises du secteur d'un système d'octroi de licences et d'autorisations de droits à l'échelle de l'Europe ne semble pas se poser dans les faits, car les caractéristiques des différents marchés nationaux continuent à justifier l'organisation de la gestion des droits sur une base nationale.

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?

Les droits afférents au développement des nouveaux services, tels le service de VOD de CANALPLAY, ou les services de CANAL+ MOBILE, sont acquis dans un cadre contractuel classique. Le lancement de ces services, ainsi que le développement continu du marché témoignent du fait que le cadre juridique actuel est suffisamment flexible pour permettre les évolutions du marché.

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.)?

La rémunération des titulaires de droits pour l'exploitation de leurs œuvres reste la fondation de l'économie de la création, quel que soit l'environnement dans lequel cette exploitation intervient.

Les technologies de Digital Rights Management permettent notamment une gestion plus sophistiquée des utilisations des œuvres, et pourront contribuer à l'essor de nouveaux modèles économiques dans le secteur. Les technologies d'accès conditionnel sont utilisées depuis de nombreuses années dans le domaine de la télévision à péage, et les fonctionnalités des systèmes de DRM (ou, plus précisément, les mesures techniques de protection) s'apparentent à une évolution des systèmes d'accès conditionnel.

Les systèmes de prélèvement visent à compenser les copies autorisées dans le cadre de l'exception pour copie privée, et non de rémunérer une copie non-autorisée. Si l'environnement réglementaire doit prendre en compte les évolutions en matière de technologie, l'objectif principal des systèmes de prélèvement ainsi que des technologies de DRM est de s'assurer de la rémunération des ayant droit. Il convient de s'assurer que toute évolution réglementaire ne portera aucun préjudice au financement des industries culturelles.

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?

La réussite du lancement de services de VOD dans plusieurs pays européens démontre que le cadre réglementaire actuel est suffisamment flexible. L'introduction d'un principe de fiscalité allégé (TVA à

taux réduit) pour les biens culturels semble toutefois souhaitable afin d'encourager le développement de nouveaux services et la création d'un « level playing field » concurrentiel.

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

Des initiatives réunissant les pouvoirs publics et les acteurs du marché peuvent encourager le développement du marché. A titre d'exemple, un accord interprofessionnel a été signé le 20 décembre 2005 entre les acteurs de la filière cinématographique, les fournisseurs d'accès à internet, Canal + et France Télévisions, sous l'égide du CNC, afin de favoriser le développement d'offres de VOD. Le 28 juillet 2004 a été également signée une charte d'engagements pour le développement de l'offre légale de musique en ligne, le respect de la propriété intellectuelle et la lutte contre la piraterie numérique concernant les acteurs de l'industrie musicale.

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?

Dans le domaine cinématographique, la chronologie des médias contribue efficacement au financement de l'industrie européenne de contenus cinématographiques. En effet, ce système permet d'assurer le maximum de recettes provenant de toutes les fenêtres d'exploitation, favorisant ainsi la création. Ces principes restent valables pour l'exploitation en ligne.

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'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?

La fiabilité/sécurité des réseaux est essentielle pour le développement de nouvelles techniques de distribution numériques et le déploiement de contenus riches et variés. Les services de la télévision à péage (analogiques et numériques) ont besoin de systèmes de contrôle d'accès efficaces, à l'instar des solutions qui ont été déployées par le Groupe CANAL+ pour la distribution de ses offres de contenus.

L'offre de VOD de Groupe CANAL+ est protégée à l'aide de techniques de DRM. Les mesures de protection techniques doivent être adaptées aux caractéristiques de chaque service.

Le développement des services licites, le respect des droits de propriété intellectuelle et une meilleure lutte contre le piratage seront mieux assurés avec la mise en place de mesures pour lutter contre les logiciels de pair à pair qui incitent au piratage.

Les dispositions de la loi du 1^{er} août 2006 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans la société de l'information concernant les mesures techniques de protection et d'information (et notamment l'article L. 335-2-1 du code de la propriété intellectuelle, interdisant et punissant la mise à disposition de logiciels manifestement destinés à la mise à disposition du public non-authorized d'œuvres ou objets protégés) permettent de prendre les mesures nécessaires pour enrayer le piratage.

L'introduction d'une telle approche au niveau européen constituerait un signe fort en faveur de la lutte contre le piratage et encourageant pour le développement des services licites de contenu en ligne.

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?

Les campagnes d'information sont très importantes pour améliorer le respect des droits d'auteur et contribuer à limiter les problèmes de piratage. Par exemple, le plan de lutte antipiraterie et pour le téléchargement légal et payant du Ministre de la Culture français Renaud Donnedieu de Vabres (mai 2004), appelait à des réponses communes au niveau européen : sensibilisation et prévention destinée aux jeunes, promotion des sites payants enrichis en offres légales, amélioration des outils répressifs.

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.

Comme il a déjà été indiqué, le développement des services licites, le respect des droits de propriété intellectuelle et une meilleure lutte contre le piratage seront mieux assurés avec la mise en place de mesures pour lutter contre les logiciels qui sont manifestement destinés à la mise à disposition du public non autorisée d'œuvres ou d'objets protégés.

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)?

La classification du contenu, par exemple des films de cinéma, reste un domaine où les divergences culturelles continuent de se manifester. Il semble difficile de qualifier ces particularités d'entraves à la libre circulation des services. Rappelons en outre que selon une étude préparée pour la Commission européenne et publiée en mai 2003⁶, aucune demande de modification des systèmes de classification nationale n'existe, ni de la part des consommateurs, ni de la part de l'industrie. En effet, selon l'étude, aucune confusion ne semble découler de ces systèmes.

Dans le domaine des services de VOD, on peut considérer que la classification est assurée à travers une combinaison de régulation / corégulation et autorégulation. En effet, la classification des films de cinéma issue de la réglementation applicable⁷, ainsi que la classification issue des procédures d'autorégulation du Syndicat d'Édition Vidéo pour les œuvres distribuées directement en format vidéo, sont généralement appliquées spontanément par les exploitants dans le cadre des offres de VOD en France.

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?

Comme indiqué ci-dessus, le service VOD de Groupe CANAL+ repose sur un DRM (édité par Microsoft) qui lui permet d'assurer l'intégrité de sa plateforme de distribution en-ligne ainsi que le respect des droits de ses fournisseurs de contenus.

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?

⁶ "Empirical Study on the Practice of the Rating of Films Distributed in Cinemas Television DVD and Videocassettes in the EU and EEA Member States"

⁷ Ordonnance n° 45-1464 du 3 juillet 1945 ; décret n° 2001-618 du 12 juillet 2001 portant modification du décret n° 90-174 du 23 février 1990 ; décret n° 92-445 du 15 mai 1992 ; arts 11 et 12 loi n° 75-1278 du 30 décembre 1975.

Voir réponse à la question précédente.

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?

En France, les services de VOD sont sécurisés à l'aide d'un DRM. Les utilisateurs de services de VOD sont informés des droits d'utilisation qui leur sont accordés dans le cadre de leur transaction. En ce qui concerne la question de la convivialité, l'essor de la consommation constaté sur un certain nombre de services de VOD témoigne de l'acceptation par les consommateurs des systèmes déployés.

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?

Voir supra. Il est à noter que dans son arrêt du 28 février 2006 (affaire Mulholland Drive), la Cour de cassation a rappelé la légitimité des mesures techniques de protection destinées à empêcher la copie.

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?

Il convient de noter que l'interopérabilité est un objectif partagé par tous les opérateurs, afin de s'assurer que l'expérience du consommateur est aussi positive que possible. Cependant, atteindre cet objectif ne doit pas compromettre la sécurité des services.

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?

Il convient de veiller à ce que l'ouverture de tels services ne se fasse pas aux dépens des droits des ayants droit.

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.)?

Les fabricants de matériel et de logiciels tireront pleinement parti de la création et de la distribution de contenu créatif et de services en ligne en s'associant avec les opérateurs de la distribution de ces contenus, à l'instar des accords entre Groupe Canal+ et ARCHOS permettant notamment la lecture de films téléchargés sur le service CANALPLAY sur des baladeurs vidéo ARCHOS.

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.)?

Voir réponse à la question 18.

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.