

## **REPONSE DU CSA (Communauté française de Belgique)**

### **Questionnaire sur les outils utilisés dans l'application de l'article 13 de la directive SMA (Promotion des œuvres européennes dans les services à la demande)**

Les services de la Commission européenne souhaiteraient recueillir votre avis dans le cadre d'une réflexion sur les meilleures pratiques et expériences concernant les moyens utilisés en application de l'article 13 de la directive SMA (directive 2010/13/UE). Nous vous serions donc reconnaissants de bien vouloir nous transmettre vos commentaires sur les points suivants avant le **20 septembre 2013** au plus tard.

**1. Depuis que votre État membre a notifié ses mesures liées à la mise en œuvre de l'article 13 de la directive SMA à la Commission, y a-t-il eu une modification de la législation ou des autres mesures notifiées ? Dans le cas où vous n'auriez pas encore notifié ces mesures, veuillez nous indiquer si vous avez arrêté de telles mesures (de mise en œuvre) dans l'intervalle? Veuillez également indiquer toutes les initiatives d'auto- ou de co-régulation dans ce domaine et toute autre mesure similaire qui n'ont pas été notifiées. Veuillez fournir des détails concrets sur la forme et le contenu de ces mesures.**

Non, il n'y a eu aucune modification depuis que la Communauté française de Belgique a notifié ses mesures liées à la mise en œuvre de l'article 13 de la directive SMA à la Commission.

**2. Au cas où vous appliquez une certaine proportion obligatoire d'œuvres européennes dans les catalogues:**

Le législateur de la Communauté française de Belgique n'a pas retenu l'idée de réserver une proportion spécifique des catalogues aux œuvres européennes, et s'en explique dans le commentaire de l'article 46 du décret SMA : meilleur efficacité d'attirer l'attention du spectateur sur les œuvres que d'en assurer simplement une présence importante dans le catalogue ; risque de brider l'innovation et les opportunités en contraignant à la présence d'un volume systématiquement proportionnel d'œuvres européennes. Choix est donc fait en définitive de privilégier le renforcement de la visibilité des œuvres présentes dans le catalogue, en recourant à toutes les techniques possibles de promotion.

Néanmoins, comme indiqué dans la Recommandation relative à la mise en valeur des œuvres européennes et de la Communauté française de Belgique dans les services de vidéo à la demande (page 10, sous le titre « méthode de composition du catalogue ») : « *Dans le commentaire de l'article 46 du décret SMA, le législateur a écarté le principe d'une proportion majoritaire d'œuvres européennes ou de la Communauté française dans les catalogues des services VOD, qui constituait une des pistes retenues par la directive SMA.*

*Si la présentation attrayante est un facteur déterminant de la mise en évidence des œuvres, elle renvoie assez directement l'utilisateur vers un catalogue. La manière dont le catalogue est constitué va fortement contribuer à l'objectif, notamment dans les aspects suivants :*

- *La présence d'une offre substantielle d'œuvres UE et CFB dans le catalogue, voire alternativement, l'accueil sur les plates-formes de catalogues spécialisés dans ces œuvres ;*
- *la diversité des œuvres UE et CFB en termes de catégories, genres, nationalités, équipes artistiques dans les catalogues généralistes et, alternativement, la composition de catalogues thématiques ;*
- *La durée de la présence des œuvres UE et CFB dans l'offre, pour autant qu'elle relève d'un choix de l'éditeur ;*
- *L'attention particulière pour les films de réalisateurs ou auxquels sont associés majoritairement des postes-clés artistiques ou techniques issus de la Communauté française ou de l'UE.*
- *La présence à long terme d'œuvres UE et CFB à valeur patrimoniale, dans la mesure où les capacités techniques le permettent.*

*Ces mesures pourraient à leur tour contribuer – de manière complémentaire – à l’objectif plus général de promotion des œuvres européennes et participer à son évaluation en croisant les données de consommation avec les paramètres principaux suivants :*

- *le moment de l’entrée en catalogue ;*
- *l’entrée en catalogue des films qui sont mis en concurrence entre eux ;*
- *la durée de présence dans l’offre ».*

De ce fait, dans le cadre des trois évaluations successives réalisées par le CSA pour évaluer l’impact des mesures adoptées par le Gouvernement et durant les contrôles annuels des éditeurs, depuis que l’évaluation définitive a été transmise au Gouvernement, le CSA demande aux éditeurs de lui transmettre des informations sur la composition de son catalogue (titres des films présents à une date donnée, origine de ces films, date de production, date de début et de fin des droits pour ces films et si possible, nombre de consommations à la date donnée) et compare ces dernières avec les autres données recueillies dans le cadre de ces évaluations et contrôles (liées aux occurrences promotionnelles réalisées autour de ces films et à leur consommation).

**2.1 Veuillez décrire les modalités de votre système national en ce qui concerne cette proportion (y compris tout type de règles (législatives ou autres), mais également les recommandations, orientations, mesures d'autorégulation etc.)**

x

**2.2 Comment suivez-vous et contrôlez-vous le respect de ces exigences (veuillez fournir des précisions concernant la méthode/fréquence du suivi/sanctions etc.). Au-delà de la conformité, surveillez-vous et mesurez-vous l’efficacité des mesures (proportion obligatoire dans les catalogues) ? Veuillez fournir des données sur les résultats de ce suivi (voir également la réponse à la question 2.4).**

x

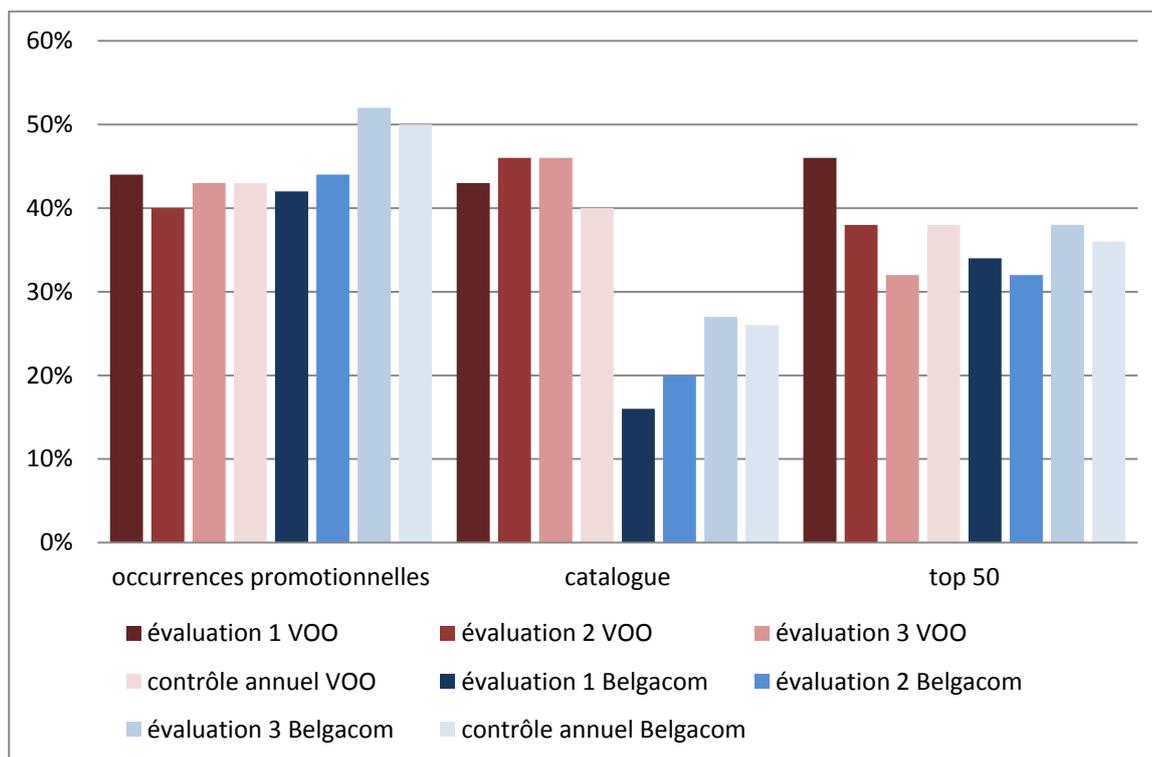
**2.3 Sur la base de votre expérience en la matière, considérez-vous que ces mesures sont efficaces ? Quels en sont, à votre avis, les avantages/inconvénients?**

x

2.4 Si possible, veuillez fournir des données concernant la présence réelle d'œuvres européennes dans les catalogues (par exemple, en pourcentage, mais si vous disposez également de données concernant la durée que ces œuvres restent dans le catalogue, veuillez également fournir ces données), et si celles-ci sont disponibles, les données concernant la consommation des œuvres européennes.

### Editeurs de VOD Belgacom et Voo

#### Proportion comparée des œuvres européennes dans la composition du catalogue, les occurrences promotionnelles et la consommation (top 50)



Evaluation 1 : 2<sup>e</sup> semestre 2010

Evaluation 2 : 1<sup>er</sup> semestre 2011

Evaluation 3 : 2<sup>e</sup> semestre 2011

Evaluation contrôle annuel : année 2012

(NB : à la date de rédaction, le contrôle annuel 2012 n'est pas définitivement approuvé par le CSA)

Les proportions sont calculées sur base du nombre d'œuvres de long métrage, pas de leur durée.

Les résultats déjà indicatifs à l'issue de la 3<sup>ème</sup> évaluation tendent à se stabiliser et, principalement pour Belgacom, démontrent que les promotions réalisées ont plus d'impact sur la consommation des œuvres que leur présence dans le catalogue.

#### 2.5 Egalement sur base de votre expérience, comment, à votre avis, un tel système pourrait être amélioré ?

x

#### 2.6 Si vous n'utilisez pas une telle mesure dans votre système national, avez-vous une position quant à un tel système, notamment les raisons pour lesquelles vous n'avez pas choisi l'introduction de telles règles?

Cf. supra point 2

### **3. Au cas où vous appliquez des obligations relatives à l'utilisation d'outils de promotion:**

#### **3.1 Veuillez décrire les modalités de votre système national à cet égard (y compris tout type de règles (législatives ou autres), mais également les recommandations, orientations, mesures d'autorégulation, etc.)**

Comme indiqué précédemment, le législateur de la Communauté française de Belgique a opté pour des obligations de promotion des œuvres européennes plutôt que pour un quota de catalogue. L'article 46 du décret SMA, qui transpose la directive, stipule que : « *La RTBF et les éditeurs de services doivent dans leurs services télévisuels non linéaires assurer une mise en valeur particulière des œuvres européennes comprises dans leur catalogue, en ce compris des œuvres originales d'auteurs relevant de la Communauté française, en mettant en évidence, par une présentation attrayante, la liste des œuvres européennes disponibles* ».

Le commentaire de l'article 46 le détaille de la manière suivante : « *Cette mise en valeur sera assurée par un renforcement de la visibilité des œuvres européennes disponibles dans le catalogue de l'éditeur, en recourant à toutes les techniques possibles de promotion, sous la forme par exemple :*

- *d'encarts publicitaires sur la page d'accueil du guide électronique des programmes de l'éditeur et de son site internet, faisant référence aux œuvres européennes disponibles dans son catalogue;*
- *de la création d'une catégorie spéciale dans son catalogue électronique, dédiée spécifiquement aux œuvres européennes;*
- *de références, dans des articles de fond de ses magazines ou folders envoyés à ses clients, aux œuvres européennes disponibles dans son catalogue, et consacrés par exemple à des acteurs/réalisateurs européens ou à des événements spécifiques promouvant les œuvres européennes (comme par exemple les Festivals de films européens tels que ceux de Namur, Liège, Cannes, Berlin, Venise, etc.).*
- *de références à des œuvres européennes disponibles dans son catalogue dans ses émissions d'annonces de programmes non linéaires* ».

Ce dispositif a été évalué au cours de 3 évaluations successives, avant d'être intégré au contrôle annuel des éditeurs de services VoD (contrôle à compter de l'exercice 2012).

Pour ce faire, les éditeurs de services ont transmis au CSA :

- des données relatives à la composition de leur catalogue un jour donné durant la période considérée (liste de tous les programmes présents dans le catalogue précisant le titre, le genre, le pays d'origine, l'année de production, le producteur, le nombre de location, les dates de début et fin de droits) ;
- un top 50 des œuvres les plus consommées sur la période analysée ;
- une liste explicative des différentes méthodes qu'ils ont mis en œuvres pour faire la promotion des œuvres européennes, tant sur leur plateforme de VoD qu'ailleurs (folders, magazines, sites Internet, etc.) ;
- le cas échéant, les résultats ou tendances dégagées des études qualitatives qu'ils ont réalisées à propos de ces questions.

Le CSA a réalisé le monitoring hebdomadaire des occurrences promotionnelles réalisées par les éditeurs de services VoD. Concrètement, toutes les promotions de films réalisées sur le site Internet des éditeurs, dans leurs folders, dans les newsletters, etc. ont été répertoriées une fois par semaine. Le CSA a pour ce faire compilé chaque titre du film promotionné, ses pays d'origine et son caractère européen ou non, son année de production et son caractère récent ou non (produit dans les 5 ans avant la mise à disposition dans le catalogue), ainsi que le lieu où a été réalisée la promotion.

Lors des évaluations et pour le contrôle annuel, le CSA a croisé ces données, comme le montre le tableau présent sous 2.4.

#### **3.2 En particulier, avez-vous élaboré des outils de promotion dans votre système, tels que par exemple:**

- **indication du pays d'origine dans la description des œuvres dans les catalogues de vidéo à la demande,**  
non
- **recherche des titres sur base de l'origine des œuvres dans le catalogue ?**  
non
- **affichage des œuvres européennes sur la première page du catalogue/dans le menu de démarrage ?**  
non (pas d'œuvres mises en valeur sur page de démarrage)
- **création de sections spécifiques consacrées aux œuvres européennes dans le catalogue ?**  
oui, si non exclusives des autres lieux de promotion
- **campagnes marketing spécifiques / outils de recommandation liés à des œuvres européennes ?**  
oui
- **utilisation de bandes annonces pour promouvoir les œuvres européennes / place privilégiée donnée aux bandes annonces d'œuvres européennes ?**  
oui, dans les programmes ou sur les chaînes d'autopromotion
- **autres moyens d'accorder une place importante aux œuvres européennes dans les catalogues,**
- **promotion des œuvres européennes dans tous les médias (pas seulement dans le catalogue de vidéo à la demande lui-même),**  
oui
- **autre moyen ?**  
les éditeurs sont libres de réaliser les promotions des films comme ils le souhaitent, à condition qu'ils réservent une place privilégiée aux films européens dans chacun de ces moyens mis en œuvre.

**Dans l'affirmative, ces outils sont-ils établis par la législation/des règles contraignantes ou de manière différente (orientations, recommandations, mesures d'autorégulation)? Pourriez-vous fournir une liste de ces outils ?**

Certains outils sont cités à titre d'exemple dans le commentaire de l'article du décret (cf. ci-dessus), dans la recommandation et les évaluations relatives à l'application de cette mesure, mais ces exemples indicatifs sont là pour guider les éditeurs qui sont libres de leurs choix et réalisent les promotions comme ils le souhaitent, tant que les films européens y bénéficient d'une place privilégiée. Tous ces documents sont accessibles au départ de l'hyperlien suivant : <http://www.csa.be/documents/1779>

**3.3 Comment assurez-vous le suivi et le contrôle du respect de ces règles ? (Veuillez fournir des précisions concernant la méthode/fréquence du suivi/sanctions etc.). Avez-vous mesuré et suivi l'efficacité de ces règles ? Veuillez fournir des données sur les résultats de ce suivi (voir également question 3.6).**

Cf. point 3.1. pour la méthode et 2.4 pour les résultats ainsi qu'au départ de l'hyperlien <http://www.csa.be/documents/1779>

Aucune sanction n'a été infligée à ce jour. Il s'agit d'une obligation de moyen et non de résultat. De plus, ces mesures ne discriminent pas les éditeurs, dès lors que les œuvres européennes mises en valeur ne le sont pas au détriment d'autres, mais permettent aux films européens d'être consommé en plus des autres films mis en valeur. Cette obligation est peu onéreuse pour les éditeurs, dans la mesure où elle s'inscrit naturellement dans la promotion de leur service et des films qui y sont proposés. Les éditeurs concernés témoignent d'une certaine fierté pour les actions qu'ils mènent en faveur des œuvres européennes.

### **3.4 Sur la base de votre expérience, estimez-vous ces mesures efficaces ? Quels sont à votre avis leurs avantages/inconvénients?**

Oui, nous pensons que le choix de cette mesure plutôt que le choix d'un quota de catalogue, par exemple, a été efficace.

Les avantages sont :

- que cette obligation est moins contraignante pour les éditeurs tandis que la relation nouée entre régulateur et régulés relève davantage de la co-régulation ;
- que cette mesure s'inscrit naturellement dans le processus de promotion des services et des œuvres qui y sont proposées ;
- que cette mesure ne se fait pas au détriment de la promotion d'autres œuvres, dont les blockbusters, par exemple, qui peuvent aider les éditeurs à se constituer une masse critique suffisante d'utilisateurs, mais complète ces promotions ;
- que les onglets spécifiques mais non exclusifs permettent de valoriser le film en fonction de son origine ou non, répondant aux attentes de différents publics.

« L'inconvénient » est que cette obligation de moyen d'une forme originale ne paraît pas jouir à ce stade d'une réelle considération auprès des autres parties prenantes au plan européen.

Une action étroitement coordonnée entre les régulateurs audiovisuels et les agences/centres du cinéma nationaux, sous l'égide des instances européennes, constituerait une solution adéquate à l'enjeu considéré, évitant dans le même temps de déformer les Etats membres volontaires.

### **3.5 Egalement sur base de votre expérience, comment, à votre avis, un tel système pourrait être amélioré ? Avez-vous des recommandations spécifiques pour certains outils de promotion?**

La principale amélioration réside probablement dans l'accès aux données, que ce soit celles des éditeurs de services ou celles relatives à la promotion et aux films eux-mêmes.

Une plus grande transparence des données d'exploitation rendrait le marché davantage lisible et une mesure transversale pourrait rendre cette question moins stratégique.

Quant aux données de promotion et attachées aux films eux-mêmes, elles pourraient être compilées par les organismes publics en charge de la promotion et utilement enrichies et complétées par les autres données en la matière (promotion réalisée lors de la sortie en salle, en festival, lors de la diffusion en télévision), pour que le rôle de la VoD soit plus clairement identifié et puisse alors être amélioré en fonction de ses spécificités.

### **3.6 Pourriez-vous fournir des données concernant l'effet de ces outils de promotion en termes d'influence sur la consommation ? Donnez des exemples en ce qui concerne les moyens de mesurer leur efficacité : augmentation du nombre de visionnages après l'utilisation d'une certaine mesure/outil de promotion (par exemple, l'effet de l'affichage de l'œuvre/ de la bande annonce sur la première page en termes d'augmentation des taux d'audience). Veuillez fournir des données en général concernant la consommation des œuvres européennes dans les catalogues en lien avec les outils de promotion appliqués.**

Outre le tableau représenté ci-avant, les éditeurs de services donnent quelques exemples précis de films dont la consommation était moyenne et a subitement augmenté durant les périodes de promotion. Par exemple, « The magdalene sisters », dont la consommation a augmenté de 550% lorsque le film a été repris dans un onglet promotionnel et un programme d'autopromotion d'un éditeur ; l'augmentation de 1500% de la consommation du film « After the wedding », dans les mêmes conditions ; la consommation du film « La journée de la jupe » qui a augmenté de 300% lorsqu'il est apparu dans une promotion événementielle liée à la journée de la femme.

**3.7 Si vous n'utilisez pas de telles mesures dans votre système national, avez-vous une position quant à un tel système, notamment les raisons pour lesquelles vous n'avez pas choisi l'introduction de telles règles?**

X

**4. Au cas où vous appliquez des obligations liées à une contribution financière:**

**4.1 Veuillez décrire les modalités relatives à une contribution financière dans votre système national (par exemple sur quels acteurs est-elle imposée, comment le montant requis est défini/calculé y compris la base d'imposition, comment doit-elle être remplie).**

L'article 41 du décret SMA prévoit que « *L'éditeur de services télévisuels doit contribuer à la production d'œuvres audiovisuelles. Cette contribution se fait soit sous la forme de coproduction ou de pré-achat d'œuvres audiovisuelles, soit sous la forme d'un versement au Centre du cinéma et de l'audiovisuel* ». Cet article s'applique également aux éditeurs de services VoD.

Les montants des contributions sont fixés en fonction des chiffres d'affaires des éditeurs :

« *Le montant de la contribution de l'éditeur de services télévisuels visée au § 1er doit représenter, au minimum :*

- *0% de son chiffre d'affaires si celui-ci se situe entre 0 et 300.000 euros;*
- *1,4% de son chiffre d'affaires si celui-ci se situe entre 300.000 euros et 5 millions d'euros;*
- *1,6% de son chiffre d'affaires si celui-ci se situe entre 5 et 10 millions d'euros;*
- *1,8% de son chiffre d'affaires si celui-ci se situe entre 10 et 15 millions d'euros;*
- *2% de son chiffre d'affaires si celui-ci se situe entre 15 et 20 millions d'euros ;*
- *2,2% de son chiffre d'affaires si celui-ci est supérieur à 20 millions d'euros.*

*Les montants visés à l'alinéa précédent sont adaptables annuellement sur la base de l'indice 01.01.2004 = 100 en fonction de l'évolution de l'indice des prix à la consommation ordinaire tel que défini par la loi du 2 août 1971. » (Article 41 § 3).*

Cette obligation est vérifiée annuellement lors des contrôles annuels des éditeurs de services :

« *L'éditeur de services télévisuels doit remettre au Gouvernement et au Collège d'autorisation et de contrôle, annuellement, les pièces probantes permettant de déterminer le montant de son chiffre d'affaires brut* ». (Article 41 § 5).

Bien qu'il s'agisse d'une contribution indépendante de la nature – linéaire ou non linéaire – du service audiovisuel, on notera également que les distributeurs de services sont soumis à une obligation de contribution financière à la production d'œuvres audiovisuelles, par l'article 80 du décret SMA. Cette contribution doit également prendre la forme de préachats, coproductions ou de versement au Centre du cinéma. En revanche, le montant de la contribution est déterminé en fonction des possibilités suivantes :

« *§ 3. La contribution annuelle du distributeur de services visée au § 1er est fixée :*

*1° soit à 2 euros par utilisateurs de l'année précédente. Ce montant est indexé tous les deux ans à partir du 1er janvier 2005 en fonction de l'indice santé, l'indice du mois de septembre précédent étant pris en considération ;*

*2° soit à 2,5% des recettes de l'année précédente, hors TVA et droits d'auteur, engendrées par le paiement des utilisateurs pour l'obtention des services offerts.*

*Pour la détermination de sa contribution, le distributeur de services choisi annuellement un des deux modes de calcul visés à l'alinéa précédent et en informe, au plus tard pour le 15 février de chaque année, le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel et le CSA. »*

**4.2 Veuillez décrire comment la contribution financière imposée est redistribuée si le système comprend une telle redistribution (par quel organisme etc.) ou, autrement, comment la contribution financière parvient au secteur. En particulier, veuillez décrire qui peut bénéficier de cette aide financière, sur quelle base et comment elle leur est (re)distribuée.**

Au choix de l'éditeur, les contributions prennent la forme d'une part de coproduction, d'un préachat ou d'un versement au Centre du cinéma.

Dans le cas d'investissements directs en préachats ou en coproductions, les éditeurs font libre choix des œuvres audiovisuelles à financer. Les investissements dans les projets portés par un producteur indépendant font l'objet du contrôle d'une cellule technique interne au Centre du cinéma validant le respect des critères définis tandis que le processus (mais non le choix éditorial) est globalement suivi par un comité d'accompagnement composé de représentants de l'éditeur, des associations de producteurs indépendants et du Centre du cinéma.

Dans le cas des versements au Centre du cinéma, les montants sont affectés à un Fonds et redistribués sous la forme d'aides à la production, sur avis d'une Commission de sélection professionnelle.

**4.3 Comment assurez-vous le suivi et le contrôle du respect de cette obligation (veuillez fournir des précisions concernant la méthode/fréquence du suivi/sanctions, etc.). Avez-vous mesuré et suivi l'efficacité de ces règles ? Veuillez fournir des données sur les résultats de ce suivi (voir également question 4.6).**

Le Centre du cinéma fait annuellement rapport au CSA sur l'effectivité des contributions et la conformité des différents engagements aux critères définis. A l'occasion du contrôle annuel des obligations de l'éditeur, le Collège d'autorisation et de contrôle, instance décisionnelle du CSA, valide définitivement ces engagements ou, en cas de non-respect, engage une procédure contentieuse pouvant aboutir potentiellement à une sanction administrative.

On trouvera les résultats de ces dispositions dans les avis portant contrôle annuel des éditeurs et publiés sur le site du CSA.

**4.4 Pourriez-vous fournir des informations sur l'effet global de la contrepartie financière (au total, par année, quel montant a été recueilli / investi par ces acteurs dans la production) ? Si vous ne l'avez pas déjà fait ci-dessus, veuillez si possible fournir des données concernant la consommation des œuvres européennes dans les catalogues.**

Etant donné que la contribution financière est de 0% pour les services dont le chiffre d'affaires est inférieur à 300.000 euros, seuls deux éditeurs de services de VoD sont soumis à une contribution effective en Communauté française de Belgique.

Le chiffre d'affaires de ces éditeurs se compose également d'autres rentrées soumises à une contribution financière destinée aux productions audiovisuelles.

En effet, ils pratiquent conjointement des activités d'éditeurs d'autres services télévisuels linéaires ainsi que des activités de distributeurs de services audiovisuels.

Pour ces deux éditeurs, les contributions sont globalisées en sorte que l'on dispose uniquement du chiffre d'affaires global tandis que celui de la VoD reste confidentiel.

**4.5 Sur la base de votre expérience dans ce domaine, ce système vous semble-t-il efficace? A votre avis, quels en sont les avantages/inconvénients?**

D'une manière générale, le réinvestissement d'une part des flux économiques issus de l'exploitation des œuvres européennes dans la production de nouvelles œuvres crée un cercle vertueux favorable à la diversité culturelle nationale et européenne.

Tel qu'expérimenté depuis de nombreuses années dans le linéaire, un dispositif incitatif à l'investissement de la chaîne de valeur dans la (co)production de contenus constitue un levier, stimulant d'un côté l'accès aux contenus créatifs locaux et européens de l'activité d'édition, et stimulant de l'autre l'orientation vers le résultat et la rencontre du public dans tous ses usages d'utilisation, de l'activité de création/production de contenus.

Certes il peut présenter quelques inconvénients, que la qualité de mise en œuvre peut toutefois compenser. Il en est ainsi d'éviter tout risque de barrière à l'émergence de nouveaux projets, par le respect d'une période de montée en puissance des nouveaux services (système de contribution nulle puis proportionnel à la réalité d'affaires des services), ou encore du respect des choix éditoriaux des services (par des contributions orientées au choix de l'éditeur, dans la catégorie de programmes recherchés).

#### **4.6 Egalement sur base de votre expérience, comment, à votre avis, un tel système pourrait être amélioré ?**

Plusieurs axes essentiels peuvent guider une amélioration du système, à inscrire dans le contexte global de la convergence propre à l'environnement connecté.

##### **1. le périmètre fonctionnel de la contribution.**

Le dispositif de contribution à la production fut initialement fondé sur pratiquement une seule entité : « l'organisme de radiodiffusion » (voir les premiers textes européens et nationaux) qui intégrait souvent les différents rôles de sélection et d'agencement des programmes (éditeur responsable), de distribution de ces services (l'offre commerciale payante par exemple), voire même d'opérateur d'infrastructures (la diffusion hertzienne par exemple).

Aujourd'hui, dans la plupart de cas, cette entité a éclaté pour donner naissance à une chaîne de valeur segmentée entre métiers. Il apparaît dès lors assez cohérent de porter désormais le périmètre des contributions à l'ensemble des acteurs de la chaîne, d'une manière certes proportionnelle aux ressources retirée spécifiquement de ce marché.

##### **2. le périmètre matériel de la contribution**

Dans le même esprit, la déclinaison des contenus audiovisuels sur des services dont le formatage s'adapte aux nouveaux usages et modes de consommation ne devrait pas remettre en cause le principe général. Les services linéaires sujets à la contribution d'origine étaient aussi les seuls services de communication électronique proposant des programmes télévisuels au consommateur. Ces programmes prennent aujourd'hui de nouvelles voies pour rencontrer l'utilisateur. Dans une approche technologiquement neutre, il est de la même façon cohérent d'étendre horizontalement le principe de contribution.

##### **3. Le périmètre territorial de la contribution**

Enfin, le dispositif initial reposait – sauf exception à l'issue toujours controversée - sur le principe que le contributeur qui exploitait un marché audiovisuel donné était soumis aux règles de ce marché. L'arrivée d'opérateurs extra-européens, s'installant ou non dans un Etat membre, et proposant des services concurrents à ceux des opérateurs établis dans un autre Etat membre, met assez directement en danger la stabilité du principe. Dans ce contexte, il paraît également logique que tout fournisseur de contenus qui commercialise une offre à destination spécifique d'un pays soit soumis au régime contributif de ce pays sur la base des recettes qu'il tire de ce marché.

##### **4. Le périmètre programmatique de la contribution**

Enfin, une telle dynamique devrait servir une variété plus large de contenus. Tout en considérant la contribution de premier plan des œuvres cinématographiques à la diversité culturelle, il importerait aussi de considérer plus largement les nouveaux formats télévisuels ou plus spécifiquement adaptés aux

exploitations non linéaires, par une incitation plus large à la création de programmes de télévision (formats) et aux programmes courts, dans des mécanismes non concurrents aux mécanismes de soutien aux œuvres de stock.

**4.7 Si vous n'imposez pas une telle obligation dans votre système national, avez-vous une position quant à un tel système, notamment les raisons pour lesquelles vous n'avez pas choisi l'introduction de telles règles?**

x

**5. Si vous utilisez une méthode différente en vue de promouvoir les œuvres européennes dans les services en ligne dans le cadre de l'article 13 en dehors des méthodes énumérées (contribution financière/proportion dans le catalogue/outils de promotion), veuillez fournir des informations plus détaillées sur cette méthode.**

x

**6. En ce qui concerne les différentes méthodes mentionnées ci-dessus, laquelle considérez-vous comme la plus efficace?**

La combinaison des contributions financières et de la mise en valeur, l'une permettant de réaliser les œuvres, l'autre favorisant leur exposition et leur consommation, sont complémentaires et interdépendantes (dans la mesure où l'on considère qu'une œuvre n'a de raison d'être que si elle rencontre son public, que celui-ci soit plus ou moins nombreux).

**7. Laquelle des différentes méthodes mentionnées ci-dessus considérez-vous comme la plus lourde pour les opérateurs / laquelle comme la plus légère ?**

L'obligation de catalogue – que nous n'appliquons pas – nous paraît la plus contraignante au regard de l'objectif recherché, obligeant l'éditeur à acquérir un nombre équivalent d'œuvres européennes chaque fois qu'il augmente son catalogue.

La contribution financière est certes une méthode contraignante pour les éditeurs. On notera toutefois que les éditeurs sont en mesure de s'orienter, certes avec une prise de risque, comme des partenaires du secteur de la production plutôt que comme seuls contributeurs financiers. Ils disposent en outre, par la voie de la coproduction, d'un intérêt sur le devenir des productions ou, dans le cadre du pré-achat, de droits spécifiques.

La promotion des œuvres, comme expliqué précédemment, est une pratique courante chez les éditeurs et indispensable à leur activité. Elle existerait en-dehors de cette obligation, qui ne fait que bénéficier à des œuvres qui seraient peut-être oubliées en-dehors de ce système. Ce qui est finalement le plus lourd pour les éditeurs dans cette mesure est le contrôle annuel qui en est réalisé, notamment par la mise en œuvre d'outils internes de monitoring.

**8. Selon votre expérience dans le suivi de la mise en œuvre de ces obligations, existe-t-il des difficultés particulières en ce qui concerne leur suivi?**

La récolte de données de qualité dépend actuellement de la bonne volonté des éditeurs et en particulier de la mise en œuvre en leur sein d'outils de management et de programmation. L'engagement des instances concernées, régulateurs et agences du cinéma, et la mise en œuvre des outils et pratiques de supervision en leur sein sont également des conditions non négligeables.

**9. Veuillez fournir des informations concernant le point de vue des fournisseurs de vidéo à la demande concernant ces obligations (quelles sont leurs expériences à cet égard/quelle méthode**

**considèrent-ils comme la plus efficace en pratique / laquelle préfèrent-ils / ont-ils des problèmes pratiques spécifiques dans la mise en œuvre de celles-ci ?). N'hésitez pas à également transmettre ce questionnaire aux fournisseurs de vidéo à la demande et à intégrer leurs positions potentielles dans vos réponses au questionnaire.**

NB : le questionnaire a été transmis aux éditeurs concernés et feront l'objet d'une communication ultérieure.

**10. Veuillez indiquer si vous consentez à partager vos réponses au présent questionnaire avec d'autres membres du groupe des régulateurs.**

Oui.