

CONSULTATION

sur la directive 2010/13/UE relative aux services de médias audiovisuels
(directive SMA)

Un cadre pour les médias au 21^e siècle

Réponse de la France

Questionnaire

Informations générales vous concernant

Vous répondez en tant que:

Particulier à titre personnel

Représentant d'un gouvernement

Quelle est votre nationalité?

Autriche
Belgique
Bulgarie
Croatie
Chypre
République tchèque
Danemark
Estonie
Finlande
France
Allemagne
Grèce
Hongrie
Italie
Irlande
Lettonie
Lituanie
Luxembourg
Malte

Pays-Bas
Pologne
Portugal
Roumanie
Slovaquie
Slovénie
Espagne
Suède
Royaume-Uni
Autres

Quel est votre nom?

Veillez indiquer votre adresse électronique:
Vous répondez en tant que:

Particulier à titre personnel
Représentant d'un gouvernement

Votre organisation est-elle inscrite au registre de transparence de la Commission européenne et du Parlement européen?

Oui
Non

Veillez indiquer votre numéro d'inscription au registre de transparence:

Veillez-vous inscrire au registre de transparence avant de répondre à ce questionnaire. Si votre organisation/institution répond au questionnaire sans s'être inscrite au registre, la Commission considérera ses réponses comme celles d'un particulier et, à ce titre, les publiera séparément.

Veillez cocher la case correspondant à votre organisation et secteur d'activité:

Administration nationale
Autorité nationale de régulation
Autorité régionale
Radiodiffuseurs de service public
Organisation non gouvernementale
Petites et moyennes entreprises

Microentreprises
Radiodiffuseurs commerciaux et chaînes thématiques
Agrégateurs de chaînes payantes
Opérateurs de VOD gratuite et payante
Fournisseurs d'IPTV, FSI, câblo-opérateurs et opérateurs de télécommunications
Plateforme ou association représentative au niveau européen
Association représentative au niveau national
Organisme de recherche/université
Presse ou autre
Autres

Pays où votre institution/organisation/entreprise exerce son activité:

Autriche
Belgique
Bulgarie
République tchèque
Croatie
Chypre
Danemark
Estonie
France
Finlande
Allemagne
Grèce
Hongrie
Italie
Irlande
Lettonie
Lituanie
Luxembourg
Malte
Pays-Bas
Pologne
Portugal
Roumanie
Espagne
Slovénie

Slovaquie
Suède
Royaume-Uni
Autres

Veillez indiquer le nom de votre institution/organisation/entreprise:

Gouvernement français

Veillez indiquer votre adresse, numéro de téléphone et adresse électronique:

Quel est votre lieu d'établissement principal ou le lieu d'établissement principal de l'entité que vous représentez?

Les contributions reçues seront publiées sur internet avec la mention de l'identité de leur auteur, sauf si ce dernier s'oppose à la publication de ces données au motif que cela porterait préjudice à ses intérêts légitimes. Dans ce cas, la contribution pourra être publiée en préservant l'anonymat de son auteur. Si la contribution n'est pas publiée, son contenu ne sera, en principe, pas pris en considération. Toute objection à cet égard doit être communiquée au service responsable de la consultation.

Veillez lire la déclaration spécifique relative à la protection de la vie privée pour savoir comment nous traitons vos données à caractère personnel et vos contributions.

Contexte et objectifs

La directive «Services de médias audiovisuels» (directive SMA¹) a ouvert la voie vers un marché unique européen de ces services. Elle a permis d'harmoniser les règles des États membres en matière d'audiovisuel et facilité la fourniture de services de médias audiovisuels à travers l'UE sur la base du principe du pays d'origine.

Depuis l'adoption de la directive en 2007, le paysage audiovisuel a considérablement évolué en raison de la convergence des médias². Le réexamen de la directive SMA figure dans le programme de travail de la Commission pour 2015 au titre du programme pour une réglementation affûtée et performante (REFIT). Dans sa communication relative à une stratégie pour un marché unique numérique en Europe³, la Commission a annoncé que la directive SMA serait révisée en 2016. Parallèlement, elle effectue un autre exercice REFIT dans le domaine des télécommunications en vue de présenter des propositions en 2016. Certains des sujets traités dans la présente consultation publique peuvent avoir une incidence sur cet exercice parallèle et inversement.

En 2013, la Commission a adopté un livre vert intitulé «Se préparer à un monde audiovisuel totalement convergent: croissance, création et valeurs»⁴ invitant les parties prenantes à faire part de leur point de vue sur la transformation du paysage audiovisuel et ses conséquences pour la directive SMA.

Les résultats de cette consultation publique ont permis à la Commission de déterminer les sujets à prendre en considération lors de l'évaluation et du réexamen de la directive SMA, et qui sont les suivants:

1. Garantir des conditions de concurrence équitables pour les services de médias audiovisuels;

1

Directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010 visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels, ci-après la «directive SMA» ou la «directive».

2

<https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/media-convergence>

3

Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, Stratégie pour un marché unique numérique en Europe, COM(2015) 192 final du 6 mai 2015.

4

Ci-après le «livre vert» (<https://ec.europa.eu/digital-agenda/node/51287#green-paper---preparing-for-a-fully-converged-audi>).

2. Assurer un niveau optimal de protection des consommateurs;
3. Protéger les utilisateurs et interdire les discours haineux et les discriminations;
4. Promouvoir le contenu audiovisuel européen;
5. Renforcer le marché unique;
6. Renforcer la liberté et le pluralisme des médias, l'accès à l'information et l'accessibilité du contenu pour les personnes handicapées.

Vous êtes invité à répondre à un certain nombre de questions portant sur ces sujets. Veuillez motiver vos réponses et, si possible, les illustrer par des exemples concrets et les étayer par des données factuelles. Les options stratégiques proposées ne s'excluent pas toujours mutuellement, mais peuvent parfois être combinées. S'il y a une ou plusieurs options que vous privilégiez, veuillez indiquer laquelle ou lesquelles, en ajoutant le cas échéant tout commentaire que vous jugez utile.

INTRODUCTION

Les autorités françaises remercient la Commission d'avoir engagé une consultation sur l'évaluation et le réexamen de la directive « services de médias audiovisuels » (SMA). Elles se félicitent de la méthode de travail retenue, qui permet de réfléchir dès maintenant aux perspectives d'adaptation de cet outil législatif ouvert aux évolutions futures en faisant appel aux contributions de l'ensemble des acteurs concernés. Les autorités françaises souhaitent apporter à cette consultation la présente contribution.

À cette fin, les autorités françaises ont mené une large consultation auprès des acteurs et opérateurs nationaux, consultation dont sont issues les réponses apportées à chacune des questions posées par la Commission.

À titre liminaire, les autorités françaises souhaitent insister sur l'importance de la directive SMA, qui forme, avec le programme Europe créative, la base de la politique audiovisuelle européenne et constitue ainsi l'un des éléments essentiels de la promotion de la diversité culturelle et du soutien de la création audiovisuelle et cinématographique. La directive SMA permet en outre d'atteindre des objectifs d'intérêt général fondamentaux pour nos sociétés démocratiques, au coeur de la construction européenne : pluralisme des médias, protection des citoyens, et notamment des mineurs, protection de la santé publique, accès des personnes handicapées.

La directive SMA constitue un cadre flexible et adéquat au service de ces objectifs d'intérêt général. La révision de la directive, qui s'engagera formellement dans quelques mois comme l'a annoncé la Commission dans sa Stratégie pour un marché unique numérique le 6 mai dernier, doit tendre à préserver ces objectifs.

Il apparaît aujourd'hui que ce cadre pourrait devoir évoluer pour faire face aux développements des nouveaux services audiovisuels et des nouvelles modalités d'accès à ces services et ainsi pérenniser la réalisation de ces objectifs d'intérêt général et, tout particulièrement, l'objectif de diversité culturelle, qui passe notamment par le soutien à la production d'œuvres audiovisuelles européennes et par l'accès du public à ces œuvres, dans toute leur diversité.

Les principes et les objectifs de la réglementation audiovisuelle (liberté de communication, ordre public et protection de la santé publique, protection du consommateur, diversité culturelle, intégrité du contenu) restent tout à fait pertinents à l'ère de la convergence ; leurs modalités d'application doivent, elles, être réexaminées et, au besoin, adaptées ou complétées pour conserver leur efficacité.

En 2005, la Commission faisait le constat de la nécessité d'une approche intégrée de l'ensemble des services de contenus audiovisuels, qu'ils soient linéaires ou non. Aujourd'hui, la convergence est toujours d'actualité, et d'autres acteurs, non couverts par la directive SMA et oeuvrant sur Internet, prennent pleinement part au marché européen de l'audiovisuel. Dans ce cas, la question du champ d'application de la directive SMA se pose tout comme elle s'était posée dix ans auparavant.

Les autorités françaises précisent que les différentes pistes de réflexion détaillées dans cette réponse doivent nécessairement, pour être véritablement efficaces et atteindre les objectifs

d'intérêt général qui sont les leurs, trouver une application effective auprès des services ciblant un État membre en particulier tout en étant établis dans un autre pays.

Concernant l'articulation de la directive avec la politique commerciale, les autorités françaises rappellent qu'il leur est fondamental de préserver l'exclusion des services audiovisuels de tout accord commercial de l'UE, quel que soit leur mode de diffusion, conformément au principe de neutralité technologique.

Ces propos liminaires étant apportés, les autorités françaises prennent position ci-après sur chacun des thèmes abordés par la Commission.

QUESTIONS

1. Garantir des conditions de concurrence équitables

Services auxquels s'applique la directive SMA

La directive SMA a pour objet de réglementer les émissions télévisées et les services à la demande. Elle s'applique aux programmes de type télévisuel⁵ et qui relèvent de la responsabilité éditoriale d'un fournisseur de services⁶, mais non au contenu hébergé par les plateformes de partage de vidéos et les intermédiaires en ligne.

5

Considérant 24 de la directive SMA: «Les services de médias audiovisuels à la demande présentent la caractéristique d'être "**de type télévisuel**", ce qui signifie que, s'adressant au même public, ils sont en concurrence avec la radiodiffusion télévisuelle et que, vu le type et le mode d'accès au service, l'utilisateur pourrait normalement s'attendre à bénéficier d'une protection réglementaire dans le cadre de la présente directive. Par conséquent, afin d'éviter les disparités en ce qui concerne la libre circulation et la concurrence, la notion de "programme" devrait être interprétée d'une manière dynamique qui tienne compte de l'évolution de la radiodiffusion télévisuelle.»

6

Article 1^{er}, paragraphe 1, point a), de la directive SMA. La directive s'applique uniquement aux services qui peuvent être qualifiés de services de médias audiovisuels selon la définition de l'article 1^{er}, paragraphe 1, point a). Un service de médias audiovisuels est un «service [...] qui relève de la **responsabilité éditoriale** d'un fournisseur de services de médias et dont l'**objet principal** est la fourniture de programmes dans le but d'informer, de divertir ou d'éduquer le grand public, par des réseaux de communications électroniques au sens de l'article 2, point a), de la directive 2002/21/CE». Cette définition recouvre principalement les émissions télévisées et les services de médias audiovisuels à la demande.

Ces plateformes et intermédiaires sont régis principalement par la directive sur le commerce électronique⁷ en vertu de laquelle, dans certaines conditions, ils ne sont pas tenus responsables du contenu qu'ils transmettent, stockent ou hébergent.

Compte tenu du rôle croissant des plateformes et intermédiaires en ligne (p. ex les moteurs de recherche, médias sociaux, plateformes de commerce électronique, boutiques d'applis, comparateurs de prix) dans la vie économique et sociale, la Commission propose, dans sa communication «Stratégie pour un marché unique numérique en Europe», qu'une évaluation complète de ce rôle soit effectuée séparément et entreprise à la fin de 2015.

SÉRIE DE QUESTIONS 1.1

Les dispositions concernant les services auxquels la directive s'applique (émissions télévisées et services à la demande) sont-elles toujours pertinentes⁸, efficaces⁹ et équitables¹⁰?

Pertinentes? OUI – NON – SANS OPINION

Efficaces? OUI – NON – SANS OPINION

Équitables? OUI – NON – SANS OPINION

COMMENTAIRES:

voir ci-dessous la réponse des autorités françaises

Avez-vous connaissance de problèmes (p. ex. relatifs à la protection des consommateurs ou à un désavantage concurrentiel) dus au fait que certains services audiovisuels ne sont pas régis par la directive

7

Directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur («directive sur le commerce électronique»).

8

Analyser la pertinence consiste à étudier le rapport entre les besoins et problèmes recensés dans la société et les objectifs de l'intervention.

9

Analyser l'efficacité consiste à déterminer dans quelle mesure l'action de l'UE a atteint ses objectifs ou s'en est rapprochée.

10

Dans quelle mesure les différents effets sont équitablement répartis entre les diverses parties prenantes?

SMA?

OUI – NON (si oui, veuillez préciser ci-après)

COMMENTAIRES:

Les dispositions relatives à la protection des citoyens, notamment des mineurs, et la protection d'objectifs d'intérêt général fondamentaux tels que la protection de la santé publique sur les services linéaires permettent aux autorités de restreindre la diffusion de certains contenus, en particulier aux heures de grande écoute. Cependant, ces mêmes programmes sont aujourd'hui accessibles à n'importe quel moment de la journée sur des plateformes telles que YouTube ou Dailymotion, n'étant soumis à aucune contrainte d'accès.

De même, des contenus disponibles directement sur ces plateformes ne pourraient en l'état être diffusés sur des services couverts par la directive SMA. La difficulté se pose plus particulièrement pour les contenus à caractère haineux.

Or, l'impact de ces nouveaux services sur le jeune public est indéniable. Cette distorsion devrait, dans l'intérêt général, être résolue par tous vecteurs jugés appropriés.

Option que vous privilégiez:

- a) Maintenir le statu quo.
- b) Faire publier, par la Commission européenne, des orientations précisant le champ d'application de la directive SMA. Aucune autre modification du droit de l'Union ne serait prévue.
- c) Modifier d'autres actes législatifs que la directive SMA, notamment la directive sur le commerce électronique. Cette option pourrait être complétée par des initiatives d'autorégulation et de corégulation.
- d) Modifier la directive SMA en étendant l'application de la totalité ou d'une partie de ses dispositions, par exemple, aux fournisseurs proposant du contenu audiovisuel qui ne peut être qualifié de «type télévisuel» ou aux fournisseurs hébergeant du contenu généré par les utilisateurs.
- e) Autre option (veuillez préciser).

VEUILLEZ EXPLIQUER VOTRE CHOIX:

Réponse des autorités françaises :

L'objectif de la directive SMA est de définir un cadre réglementaire cohérent afin d'éviter des distorsions de concurrence entre les différentes catégories de services audiovisuels. Si la grande avancée de la dernière révision a été d'inclure les services de médias à la demande, se pose dix ans plus tard la

question de définir des règles garantissant le respect de certains principes essentiels s'agissant, le cas échéant, des nouvelles formes d'accès aux services audiovisuels.

S'agissant des nouveaux acteurs qui ne sont pas aujourd'hui dans le champ de la directive, la révision de la directive SMA doit être l'occasion de porter une attention particulière aux règles qui pourraient leur être appliquées afin de mieux assurer la protection des mineurs, la protection de la santé publique ; de restreindre la prolifération des messages à caractère haineux ; de préserver l'universalité du service public audiovisuel (« must carry »).

Champ d'application géographique de la directive SMA

La directive SMA s'applique aux opérateurs établis dans l'UE. Les opérateurs établis hors de l'UE mais fournissant des services de médias audiovisuels destinés à des publics dans l'UE (par radiodiffusion terrestre, radiodiffusion par satellite, Internet ou d'autres moyens) n'entrent pas dans le champ d'application de la directive¹¹.

SÉRIE DE QUESTIONS 1.2

Les dispositions concernant le champ d'application géographique de la directive sont-elles toujours pertinentes, efficaces et équitables?

Pertinentes? OUI – NON – SANS OPINION

Efficaces? OUI – NON – SANS OPINION

Équitables? OUI – NON – SANS OPINION

COMMENTAIRES:

Avez-vous connaissance de problèmes (p. ex. relatifs à la protection des consommateurs ou à un désavantage concurrentiel) causés par le champ d'application géographique actuel de la directive SMA?

OUI – NON (si oui, veuillez préciser ci-après)

COMMENTAIRES:

Selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, près de 250 services de vidéo à la demande sont établis aux États-Unis et ciblent un ou plusieurs États membres. Vu l'impact que ces services ont sur le public européen, il devient nécessaire de les soumettre à certaines obligations de sorte qu'ils respectent les mêmes valeurs auxquelles doivent souscrire les services couverts par la directive SMA.

Option que vous privilégiez:

a) Maintenir le statu quo.

b) Étendre le champ d'application de la directive aux fournisseurs de services de médias audiovisuels établis hors de l'UE qui s'adressent à des publics dans l'UE.

On pourrait le faire, par exemple, en exigeant de ces fournisseurs qu'ils s'enregistrent ou désignent un représentant dans un État membre (par exemple, le principal pays cible). Les règles de l'État membre

11

Article 2, paragraphe 1, de la directive SMA: «Chaque État membre veille à ce que tous les services de médias audiovisuels diffusés par des fournisseurs de services de médias **relevant de sa compétence** respectent les règles du droit applicable aux services de médias audiovisuels destinés au public dans cet État membre» (mise en évidence ajoutée par nos soins).

~~d'enregistrement ou de représentation s'appliqueraient.~~

- c) Étendre le champ d'application de la directive aux fournisseurs de services de médias audiovisuels établis hors de l'UE qui s'adressent à des publics dans l'UE et dont la présence dans l'UE est significative en termes de part de marché/chiffre d'affaires.

Comme pour l'option b), on pourrait le faire, par exemple, en exigeant de ces fournisseurs qu'ils s'enregistrent ou désignent un représentant dans un État membre (par exemple, le principal pays cible). Les règles de l'État membre d'enregistrement ou de représentation s'appliqueraient.

- d) Autre option (veuillez préciser).

VEUILLEZ EXPLIQUER VOTRE CHOIX:

Réponse des autorités françaises :

La formalité de l'enregistrement préalable, outre ses difficultés de mise en œuvre, n'est pas une réponse en soi, que ce soit pour les services linéaires ou non linéaires. S'il n'est déjà pas possible d'instaurer un enregistrement des 5000 chaînes diffusées en France par satellite, comment pourrait-on envisager-même de mettre en place un enregistrement préalable dans l'environnement de l'Internet ?

Ce qui compte, c'est d'empêcher le contournement des règles applicables dans le marché commun, par des opérateurs établis en dehors d'Europe, mais qui proposent des offres spécifiquement tournées vers un ou plusieurs États membres.

Dans ce dernier cas de figure, il convient naturellement que les règles européennes soient rendues applicables à ces offres, c'est-à-dire que les règles du marché commun s'appliquent aux prestataires sur ce marché, comme c'est le cas avec la diffusion par satellite. Les autorités françaises rappellent ici la formulation du considérant 54 de la directive SMA : « Les États membres ont la faculté de prendre les mesures qu'ils estiment appropriées à l'égard des émissions provenant de pays tiers et ne répondant pas aux conditions fixées à l'article 2, à condition de respecter le droit et les obligations internationales de l'Union. »

Il convient également de mettre en place des procédures d'entrave effectives pour celles de ces offres qui troublent l'ordre public, indépendamment de leur caractère adapté au public européen.

2. Assurer un niveau optimal de protection des consommateurs

La directive SMA repose sur une approche réglementaire dite «différenciée». Il y est admis qu'une série de valeurs sociétales de base doit s'appliquer à tous les services de médias audiovisuels mais, pour les services à la demande, il est prévu des exigences réglementaires plus légères que pour les services linéaires. La raison en est que, avec les services à la demande, les utilisateurs s'impliquent plus activement et peuvent choisir ce qu'ils vont regarder et à quel moment.

Dans le domaine des communications commerciales¹², la directive SMA pose certaines règles qui s'appliquent à tous les services de médias audiovisuels et régissent, par exemple, le recours au parrainage et au placement de produit. Elles fixent aussi des limites aux communications commerciales concernant l'alcool et le tabac.

Elle pose aussi d'autres règles qui s'appliquent uniquement aux services de radiodiffusion télévisuelle et régissent la publicité d'un point de vue quantitatif. Par exemple, ces règles prévoient un maximum de 12 minutes de publicité par heure à la télévision, définissent à quelle fréquence les téléfilms, les œuvres cinématographiques et les programmes d'information peuvent être interrompus par des spots publicitaires et fixent la durée minimale des fenêtres de téléachat.

SÉRIE DE QUESTIONS 2.1

Les règles actuelles concernant les communications commerciales sont-elles toujours pertinentes, efficaces et équitables?

Pertinentes? OUI – NON – SANS OPINION

Efficaces? OUI – NON – SANS OPINION

Équitables? OUI – NON – SANS OPINION

COMMENTAIRES:

Avez-vous connaissance de problèmes (p. ex. relatifs à la protection des consommateurs ou à un désavantage concurrentiel) causés par les règles de la directive SMA régissant les communications commerciales?

OUI – NON (si oui, veuillez préciser ci-après)

COMMENTAIRES:

Option que vous privilégiez:

12

La «communication commerciale audiovisuelle» est un concept plus général que celui de la publicité et fait référence à des images, combinées ou non à du son, qui sont conçues pour promouvoir, directement ou indirectement, les marchandises, les services ou l'image d'une personne physique ou morale qui exerce une activité économique. Ces images accompagnent un programme ou y sont insérées moyennant paiement ou autre contrepartie, ou à des fins d'autopromotion. La communication commerciale audiovisuelle revêt notamment les formes suivantes: publicité télévisée, parrainage, téléachat et placement de produit. Voir article 1^{er}, paragraphe 1, point h), de la directive SMA.

a) *Maintenir le statu quo.*

b) *Assouplir les règles concernant les communications commerciales, notamment celles fixant des limites quantitatives à la publicité et aux interruptions de programmes.*

c) *Rendre plus strictes certaines règles, en matière de publicité, qui visent à protéger les téléspectateurs vulnérables, notamment celles concernant la publicité pour l'alcool ou les produits riches en graisses, en sel et en sucres.*

d) *Autre option (veuillez préciser).*

VEUILLEZ EXPLIQUER VOTRE CHOIX:

Réponse des autorités françaises :

Les autorités françaises sont fortement attachées aux dispositions de la directive relatives aux communications commerciales dans la mesure où ces dispositions tendent à un juste équilibre permettant le respect de principes fondamentaux tels que la protection des mineurs, le respect de la dignité humaine, la protection de la santé publique, le respect de l'intégrité des œuvres et des ayants droit d'une part et préservant le socle économique sur lequel s'appuient les médias européens d'autre part.

Un éventuel affaiblissement des règles publicitaires qualitatives ou quantitatives ne leur apparaît donc pas opportun. Cela risquerait de saper les efforts accomplis jusqu'ici par l'Union européenne et ses États membres pour offrir des garanties d'une offre télévisuelle de qualité qui se différencie encore, contrairement à la situation dans certains pays extra-européens, d'une succession de communications commerciales où publicité, parrainage et le placement de produit se mêlent au contenu éditorial.

S'agissant des communications commerciales pour les services linéaires, les dispositions de l'actuelle directive SMA semblent satisfaisantes en l'état en ce sens qu'elles continuent de garantir aux radiodiffuseurs un accès à cette source essentielle de financement, tout en respectant les intérêts des téléspectateurs et des créateurs.

Une question peut néanmoins se poser pour ce qui concerne la publicité pour les services de télévision de rattrapage. Il pourrait être envisagé d'appliquer à ces services des dispositions de la directive relatives à la publicité radiodiffusée, par souci de cohérence par rapport au téléspectateur, notamment en matière d'intégrité et d'interruption des contenus.

Les autorités françaises rappellent que toute mesure prise en matière de protection des téléspectateurs et de respect de l'intégrité du contenu ne pourra être effective que si elle est applicable au service ciblant un État membre en particulier tout en étant établi hors d'Europe ou dans un autre État membre.

3. *Protéger les utilisateurs et interdire les discours haineux et les discriminations*

Protection générale des téléspectateurs en vertu de la directive SMA

La directive SMA pose un certain nombre de règles destinées à protéger les téléspectateurs/utilisateurs, les mineurs et les personnes handicapées, et à interdire les discours haineux et les discriminations.

SÉRIE DE QUESTIONS 3.1

Le niveau global de protection offert par la directive SMA est-il toujours pertinent, efficace et équitable?

Pertinent? OUI – NON – SANS OPINION

Efficace? OUI – NON – SANS OPINION

Équitable? OUI – NON – SANS OPINION

COMMENTAIRES:

Ce niveau de protection, ne s'appliquant pas à toute une catégorie d'acteurs qui ne sont pas couverts par la directive, ne semble pas équitable pour les autorités françaises.

Avez-vous connaissance de problèmes (p. ex. relatifs à la protection des consommateurs ou à un désavantage concurrentiel) résultant des règles de la directive SMA?

OUI – NON (si oui, veuillez préciser ci-après)

COMMENTAIRES:

La législation française (article 15 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication) prohibe l'incitation à la haine mais aussi l'incitation à la violence pour des raisons de race, de sexe, de mœurs, de religion ou de nationalité. L'introduction d'une interdiction équivalente dans la directive pourrait être de nature à aider les régulateurs nationaux dans le traitement de certaines situations pouvant nécessiter une dérogation à la liberté de réception dans le cadre défini par la directive.

Protection des mineurs

Le système de réglementation différenciée s'applique aussi à la protection des mineurs: Moins l'utilisateur est en mesure d'exercer un contrôle et plus le contenu spécifique est nuisible, plus les restrictions appliquées sont importantes. En ce qui concerne les services de radiodiffusion télévisuelle, les programmes «susceptibles de nuire gravement» à l'épanouissement des mineurs (p. ex. la pornographie ou la violence gratuite) sont interdits, tandis que les programmes susceptibles d'être seulement «préjudiciables» aux mineurs peuvent être diffusés uniquement s'il est garanti que les mineurs ne pourront en principe pas les voir ou les entendre. En ce qui concerne les services à la demande, les programmes «susceptibles de nuire gravement» à l'épanouissement des mineurs sont autorisés, mais uniquement dans des conditions telles que les mineurs ne puissent en principe pas les voir ou les entendre. Il n'y a pas de restriction concernant les programmes susceptibles d'être seulement «préjudiciables».

SÉRIE DE QUESTIONS 3.2

En ce qui concerne la protection des mineurs, la distinction entre radiodiffusion et fourniture de contenu à la demande est-elle toujours pertinente, efficace et équitable?

Pertinente? OUI – NON – SANS OPINION

Efficace? OUI – NON – SANS OPINION

Équitable? OUI – NON – SANS OPINION

COMMENTAIRES:

La directive SMA a-t-elle été efficace pour ce qui est d'empêcher les enfants de voir/d'entendre du contenu susceptible de leur être préjudiciable?

OUI – NON – SANS OPINION

COMMENTAIRES:

La législation française a doté le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel de prérogatives visant à la protection du jeune public sur les services de médias audiovisuels. À la télévision, la régulation se manifeste à travers les horaires de programmation familiale et l'affichage des classifications par âge des contenus. Pour Internet cependant, la régulation est plus difficilement applicable, de par la nature même de cette technologie ouverte.

Les autorités françaises renvoient le lecteur à la série de questions 1.1 de ce document.

Quels sont les coûts liés à la mise en œuvre de ces exigences?

Coûts:

COMMENTAIRES:

Quels sont les avantages liés à la mise en œuvre de ces exigences?

Avantages:

COMMENTAIRES:

Avez-vous connaissance de problèmes concernant les règles de la directive SMA relatives à la protection des mineurs?

OUI – NON (si oui, veuillez préciser ci-après)

COMMENTAIRES:

Option que vous privilégiez:

a) *Maintenir le statu quo.*

b) *Compléter les dispositions de la directive SMA actuelle par l'autorégulation et la corégulation.*

Le statu quo serait complété par des mesures d'autorégulation/de corégulation et par d'autres actions (en matière d'éducation aux médias et de sensibilisation).

c) *Œuvrer à une plus grande harmonisation.*

Il pourrait s'agir, par exemple, d'harmoniser davantage les exigences techniques et de coordonner et certifier les mesures techniques de protection. D'autres possibilités pourraient être explorées comme la coordination des systèmes d'étiquetage et de classement ou l'établissement de définitions communes pour des concepts clés tels que «mineurs», «pornographie», «violence gratuite», «contenu médiatique susceptible de nuire» ou «susceptible de nuire gravement».

d) *Supprimer la distinction actuelle entre les règles concernant les services de radiodiffusion télévisuelle et les règles concernant les services de médias audiovisuels à la demande.*

Cela implique soit d'imposer aux services à la demande le même niveau de protection qu'aux services de radiodiffusion télévisuelle («nivellement par le haut»), soit d'imposer aux services de radiodiffusion télévisuelle le même niveau de protection qu'aux services à la demande («nivellement par le bas»).

e) *Étendre le champ d'application de la directive SMA à d'autres contenus en ligne (par exemple contenu audiovisuel généré par l'utilisateur ou contenu audiovisuel dans les médias sociaux), y compris non audiovisuels (par exemple images fixes).*

Une possibilité pourrait consister à soumettre ces services aux mêmes règles, en matière de protection des mineurs, que les services de médias audiovisuels à la demande.

f) *Autres options (veuillez préciser).*

VEUILLEZ EXPLIQUER VOTRE CHOIX:

Réponse des autorités françaises :

Les autorités françaises sont défavorables à l'idée d'harmoniser les notions en cause, qui, fondamentalement, font appel aux différents ordres publics nationaux. Le principe de subsidiarité doit donc ici prévaloir.

Elles souhaitent la mise en place de procédures d'entrave plus effectives en cas d'atteinte à l'ordre public d'un des États, les dispositions actuelles de la directive étant trop longues à mettre en œuvre.

Elles souhaitent l'adoption de dispositions au niveau européen tendant à mieux protéger les mineurs de l'exposition de certains messages, notamment ceux relatifs aux boissons alcooliques ou ayant un caractère pornographique, raciste ou antisémite sur Internet.

Les autorités françaises relèvent que les motifs d'entrave sont plus larges pour les SMAD (article 3.4) que pour les services de télévision (article 3.2).

4. Promouvoir le contenu audiovisuel européen

La directive SMA vise à promouvoir les œuvres européennes et la diversité culturelle dans l'Union. En ce qui concerne la radiodiffusion télévisuelle, les États membres de l'Union veillent, lorsque cela est réalisable et par des moyens appropriés, à assurer qu'une part du temps d'antenne soit réservée à des œuvres européennes¹³ et des productions indépendantes¹⁴. Dans le cas des services à la demande, les États membres de l'Union peuvent choisir parmi différentes options pour atteindre l'objectif de promotion de la diversité culturelle. Ils peuvent par exemple prévoir des contributions financières pour la production d'œuvres européennes ou l'acquisition de leurs droits, ou encore instaurer des règles garantissant qu'une part est réservée à ces œuvres ou qu'elles sont mises en avant. Ils doivent en outre présenter tous les deux ans un rapport détaillé sur les mesures prises pour les promouvoir.

13

Pour les œuvres européennes: une proportion majoritaire du temps d'antenne des diffuseurs.

14

Pour les œuvres européennes créées par des producteurs indépendants des diffuseurs: 10 % du temps d'antenne des diffuseurs.

SÉRIE DE QUESTIONS N° 4

Les dispositions de la directive SMA sont-elles toujours pertinentes, efficaces et équitables pour promouvoir la diversité culturelle, en particulier celle des œuvres européennes?

Pertinentes? OUI – NON – SANS OPINION

Efficaces? OUI – NON – SANS OPINION

Équitables? OUI – NON – SANS OPINION

COMMENTAIRES:

Les autorités françaises sont attachées aux dispositions de la directive relatives à la promotion des œuvres européennes, mesures clés pour assurer la promotion de la diversité culturelle et la compétitivité de l'industrie audiovisuelle européenne. Pourtant force est de constater que la mise en œuvre de ces dispositions demeure très inégale selon les pays et parfois insuffisante.

Pour ce qui est des œuvres européennes, y compris non nationales (c'est-à-dire produites dans un autre pays de l'Union), les catalogues proposés par les prestataires de services de médias audiovisuels en contiennent:

- a) ni trop ni trop peu;
- b) trop;
- c) pas assez;
- d) sans opinion.

COMMENTAIRES:

Les autorités françaises déplorent le manque de statistiques précises au niveau européen permettant d'évaluer précisément l'exposition des œuvres européennes (y compris non nationales) dans les différents pays de l'Union. Le rapport de la Commission européenne sur l'application des articles 13, 16 et 17 publié en septembre 2012 indique les moyennes de 64,3% pour le temps de diffusion d'œuvres européennes, dont 8,1% d'œuvres non-nationales.

Ces moyennes cachent des réalités très différentes selon les États qui mériteraient de faire l'objet d'études plus précises et plus régulières, permettant d'en saisir les évolutions.

Concernant le non-linéaire, les dernières données de l'OEA (« The development of European on-demand audiovisual markets ») montrent qu'une place plus grande pourrait être accordée aux œuvres européennes dans les services de vidéo à la demande (la majorité des répondants déclarant se situer entre 20% et 50% d'œuvres européennes dans les catalogues). Là aussi le manque de données fiables est criant, les grands opérateurs refusant de les transmettre.

Souhaiteriez-vous pouvoir voir plus de films produits dans d'autres pays de l'Union?

OUI – NON – SANS OPINION

COMMENTAIRES:

Les autorités françaises souhaitent faire reconnaître l'importance des co-productions et le besoin d'encourager leur production, diffusion et circulation dans un grand nombre de pays.

Avez-vous déjà été confronté à des problèmes causés par les règles de la directive SMA concernant la promotion des œuvres européennes, ou avez-vous connaissance de tels problèmes?

OUI – NON (si oui, veuillez préciser ci-après)

COMMENTAIRES:

Des asymétries fiscales et réglementaires entre les États membres incitent certaines sociétés extra-européennes à s'établir dans les États qui leur apparaissent les plus attractifs en ces matières. Cette délocalisation, particulièrement aisée s'agissant de services dématérialisés, est une forme de « forum shopping » et se réalise, in fine, aux dépens de la chaîne de valeur de la création européenne. Ainsi, les éditeurs établis en France, et soumis à une réglementation ambitieuse visant à soutenir l'industrie audiovisuelle, à protéger les créateurs et à proposer des contenus diversifiés et de qualité aux téléspectateurs, sont alors en concurrence directe et inéquitable avec les services établis dans un autre pays, non soumis aux mêmes règles mais réalisant des bénéfices sur ce même marché.

Quels sont les avantages des exigences de la directive SMA pour la promotion des œuvres européennes? Vous pouvez mentionner des avantages tant qualitatifs que quantitatifs (par exemple plus grande visibilité ou recettes plus importantes).

Avantages:

COMMENTAIRES:

Les exigences de la SMA en matière de promotion d'œuvres européennes apparaissent aux autorités françaises tout à fait capitales pour servir le double objectif :

- de promotion de la diversité culturelle : à travers la mise en place de conditions favorables à la production et à la diffusion d'œuvres issues de cultures, de langues, de traditions artistiques différentes, qui permettent l'échange et la rencontre des citoyens d'Europe et la structuration de notre identité commune ;
- de compétitivité économique de notre industrie : les effets économiques sont directs et indirects. La directive crée un écosystème favorable à une large variété d'acteurs économiques européens (de petits producteurs indépendants, stimulant une production de grande qualité compétitive sur le plan international).

Le seul fait que l'industrie audiovisuelle européenne soit parmi les plus performantes du monde prouve l'efficacité du système des quotas. Selon un document du Parlement européen daté de décembre 2014, l'industrie audiovisuelle européenne emploie 370 000 personnes, est composée de 75 000 sociétés dégageant plus de 60 milliards d'euros en 2010.

En tant que prestataire de services de médias audiovisuels, quels coûts liés aux règles de la directive SMA concernant la promotion des œuvres européennes avez-vous subis/supportés, y compris ceux découlant d'obligations de déclaration? Pouvez-vous fournir une estimation de l'évolution de vos coûts du fait de l'entrée en vigueur des exigences de la directive SMA sur la promotion des œuvres européennes?

Coûts:

COMMENTAIRES:

Option que vous privilégiez:

a) *Maintenir le statu quo.*

b) *Abroger les règles de la directive SMA concernant la promotion des œuvres européennes pour la radiodiffusion et/ou les services à la demande. Cela aurait pour conséquence de ne plus harmoniser, au niveau de l'Union, la promotion des œuvres européennes, qui ne serait plus régie que par les règles nationales.*

c) *Laisser aux prestataires une plus grande souplesse quant au choix des mesures de promotion des œuvres européennes ou à la manière dont elles sont mises en œuvre.*

Cela pourrait impliquer, par exemple, une plus grande latitude laissée aux télédiffuseurs et aux prestataires de services de vidéo à la demande quant à la méthode de promotion des œuvres européennes.

d) *Renforcer les règles existantes pour les services de médias audiovisuels à la demande.*

En ce qui concerne les services à la demande, on pourrait envisager une harmonisation plus poussée en introduisant un dispositif obligatoire (par exemple, l'obligation de mettre en avant les œuvres européennes sur les plateformes de vidéo à la demande ou de fournir une contribution financière, soit sous forme d'investissements, soit sous forme de prélèvements) ou une combinaison de tels dispositifs. Ce renforcement doit cependant, s'agissant des services à la demande et des obligations d'exposition, tenir dûment compte des spécificités qui font l'attractivité des offres VàD (richesse du catalogue, consommation active, personnalisation du service).

e) *Autres options (veuillez préciser).*

VEUILLEZ EXPLIQUER VOTRE CHOIX:

Réponse autorités françaises :

À titre liminaire, les autorités françaises tiennent à rappeler que l'élaboration et la mise en œuvre de mesures propres à promouvoir la diversité culturelle compte au nombre des objectifs fondamentaux de l'Union. Dans ce contexte, la directive SMA constitue un instrument indispensable complémentaire du programme Europe Créative. Les obligations de diffusion d'œuvres européennes et de soutien aux œuvres émanant de producteurs indépendants permettent de favoriser la promotion de la diversité culturelle, d'une part, et d'encourager la compétitivité de l'industrie européenne de programmes, d'autre part.

Les autorités françaises considèrent comme essentiel que soit maintenu le dispositif existant en matière de services linéaires (articles 16 et 17), et que sa mise en œuvre soit renforcée.

- Les quotas de diffusion dans le secteur de la télévision favorisent la diversité culturelle de l'offre de programmes. Selon une étude de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, la France (qui applique des quotas de diffusion plus élevés que le minimum de 50 % d'œuvres européennes inscrit dans la directive SMA) est le pays dans lequel la part des œuvres européennes dans l'offre de fiction (courts et longs métrages cinématographiques, fictions TV, programmes d'animation) est la plus élevée en Europe.
- Les quotas de production dans le secteur de la télévision ont contribué au développement de l'industrie audiovisuelle en France :
 - Les quotas de production cinématographique font des chaînes de télévision des partenaires majeurs de l'industrie du cinéma. En 2014, les investissements des chaînes de télévision dans le financement des films d'initiative française représentent 34,6 % des investissements totaux. L'industrie de la production cinématographique française grâce à des sources de financement diversifiées et plus de 200 films produits chaque année est devenue le premier producteur européen de films.
 - L'application de quotas spécifiques en faveur de la production audiovisuelle de programmes d'animation a contribué à faire de la France le premier producteur de programmes d'animation en Europe. Chaque année, plus de 300 heures de programmes sont produites pour les chaînes de télévision pour près de 190 M€ (moyenne 2005-2014). Grâce au système des quotas, c'est en France que les programmes européens d'animation sont les mieux exposés sur les principales chaînes de télévision selon une étude de l'Observatoire européen de l'audiovisuel. Selon une étude de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, l'industrie française de production de longs métrages d'animation est devenue la troisième industrie mondiale.

En conséquence de quoi :

– Il est essentiel de maintenir un double dispositif de soutien au financement à la création et à d'incitation la diffusion des œuvres ainsi financées ; à défaut de quoi les objectifs recherchés ne sont pas forcément atteints.

– Les autorités françaises sont d'ailleurs favorables à un premier renforcement du dispositif historiquement mis en place pour les services linéaires, tendant, par exemple, à exclure les émissions de plateau, de manière à rendre le dispositif plus effectif et à le recentrer sur ce qui constitue le cœur de la création européenne. En effet, comme le démontre le rapport de l'OEA sur la fiction sur les chaînes

européennes, les émissions de plateau constitueraient dans certains pays une part tout à fait significative de la diffusion des œuvres européennes au détriment de contenus à la dimension créative plus forte.

– S'agissant des services non-linéaires, les dispositions de l'article 13 devraient être rendues plus contraignantes et combiner une approche tant quantitative que qualitative. Si cette approche doit reprendre les grands principes qui président au soutien, dans le linéaire, des œuvres européennes (obligations, en amont, de financement de la production et, en aval, d'exposition), elle devra néanmoins s'attacher à respecter les spécificités des services non linéaires. Par exemple, la réglementation française impose :

- une contribution financière à la production et à l'acquisition de droits d'œuvres européennes ;

- une part importante accordée aux œuvres européennes dans les catalogues de programmes proposés ;

- une mise en avant, éditorialisation et recommandation des œuvres européennes dans les guides électroniques de programmes. Une réflexion pourrait avoir lieu sur une modernisation de ces obligations d'exposition. L'idée de proposer une vignette « œuvres européennes » sur l'écran d'accueil du service pourrait être discutée (la plupart de ces services proposent un onglet « films US » ou « séries US »).

En outre, les autorités françaises rappellent le nécessaire maintien du respect de l'intégrité du contenu.

Enfin, ces propositions n'auront de sens que si les services établis volontairement dans un autre pays que celui qui est ciblé par l'offre de contenus en question sont soumis aux mêmes règles que les services nationaux.

5. *Renforcer le marché unique*

En vertu de la directive SMA, les sociétés de médias audiovisuels peuvent fournir leurs services dans l'Union en se conformant uniquement à la réglementation des États membres dont elles relèvent. La directive prévoit des critères pour déterminer quel État membre est compétent pour un fournisseur de services de médias, notamment la localisation géographique du siège social de ce dernier et le lieu où sont prises les décisions éditoriales relatives aux services de médias audiovisuels. Le lieu où opère le personnel du fournisseur et celui où se trouve une éventuelle liaison montante vers un satellite peuvent aussi constituer des critères. La directive SMA prévoit la possibilité de déroger à cette approche dans les cas d'incitation à la haine et de protection des mineurs, ou lorsque des organismes de radiodiffusion tentent de contourner des règles plus strictes dans certains États membres. Il existe pour ces cas des procédures spécifiques de coopération entre États membres.

SÉRIE DE QUESTIONS N° 5

L'approche actuelle est-elle toujours pertinente, efficace et équitable?

Pertinente? OUI – NON – SANS OPINION

Efficace? OUI – NON – SANS OPINION

Équitable? OUI – NON – SANS OPINION

COMMENTAIRES:

Avez-vous connaissance de problèmes concernant l'application de l'approche actuelle?

OUI – NON (si oui, veuillez préciser et expliquer leur ampleur)

COMMENTAIRES:

Si vous êtes un diffuseur ou un fournisseur de services à la demande, pouvez-vous fournir une estimation des coûts ou des avantages liés à la mise en œuvre des règles correspondantes?

OUI – NON

Estimation des coûts:

Estimation des avantages:

COMMENTAIRES:

Option que vous privilégiez:

a) Maintenir le statu quo.

b) Renforcer les pratiques existantes en matière de coopération.

c) Revoir les règles sur les mécanismes de coopération et de dérogation, par exemple en prévoyant des dispositions qui les rendent plus efficaces.

d) Simplifier les critères selon lesquels est déterminé quel est l'État membre compétent pour un fournisseur donné, par exemple en tenant compte prioritairement du lieu où sont prises les décisions éditoriales relatives aux services de médias audiovisuels.

e) Changer d'approche et obliger les fournisseurs à respecter ~~certaines~~ **toutes** les règles (par exemple en ce qui concerne la promotion des œuvres européennes) des pays dans lesquels ils fournissent leurs services.

f) Autres options (veuillez préciser).

VEUILLEZ EXPLIQUER VOTRE CHOIX:

Réponse des autorités françaises :

1. L'application du principe du pays d'origine combinée avec une directive de coordination des législations des États membres – et non d'harmonisation – a toujours été problématique dans la mesure où elle soumet les fournisseurs de services à des conditions de concurrence inéquitables lorsque les États ont choisi d'adopter des règles plus strictes. Paradoxalement, plus ambitieuses sont les règles retenues par les États pour la poursuite des objectifs légitimes fixés par le cadre européen (protection des mineurs, déontologie publicitaire, pluralisme politique, soutien à la création, protection de la santé publique, etc.), plus inéquitables sont les règles applicables aux radiodiffuseurs relevant de la compétence de cet État.

Cette iniquité est renforcée par les technologies numériques et les plus grandes facilités dont bénéficient les services de la société de l'information par rapport aux services de radiodiffusion traditionnels. On ne peut nier certains effets délétères découlant de l'application de ce principe, dus aux asymétries fiscales et réglementaires existant entre les différentes législations européennes qui incitent certaines sociétés à s'établir dans les États qui leur apparaissent les plus attractifs en ces matières.

La plupart des nouveaux acteurs ont vocation à développer des services à l'échelle mondiale tout en les

ajustant à chaque marché grâce au numérique, et à la dématérialisation qui leur permet de s'établir où ils le souhaitent, sans devoir être proche physiquement de leur public, de leur marché. Selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, 60 % des services de médias audiovisuels à la demande disponibles en Union européenne sont établis dans un autre pays que celui de réception. Notons par ailleurs que ces services sont généralement détenus par des sociétés dont la force de frappe financière, dédiée à la production, à l'achat de droits mais aussi à la promotion de leur service et à la personnalisation de leur interface par la gestion des données, ne peut se comparer avec les capacités financières des opérateurs nationaux, qu'ils soient privés ou publics.

Il serait donc légitime de rétablir un équilibre et une concurrence équitables, ainsi que garantir la légitime capacité des États membres à mener de manière effective les politiques publiques qui leur sont propres dans le respect du principe de subsidiarité (que ce soit en matière de protection des mineurs, de promotion de la diversité culturelle ou d'encadrement des communications commerciales, pour ne prendre que ces exemples).

2. Pour ces raisons, les autorités françaises proposent de limiter ces abus lorsqu'un service, qu'il soit linéaire ou non-linéaire, vise spécifiquement l'audience d'un autre État membre dont la législation est plus stricte que celle de son lieu d'établissement. Cette proposition ne vise pas à modifier les règles relatives au lieu d'établissement d'un prestataire de services mais, lorsqu'il en édite plusieurs, à soumettre à la loi du pays de réception les services spécifiquement adressés à ce pays :

- définition de critères objectifs non exclusifs (par exemple se basant sur la langue du pays ciblé (interface et contenu), le contenu du catalogue d'œuvres, le public visé, la politique commerciale, la provenance des revenus publicitaires, la monnaie utilisée pour les paiements) permettant de rattacher par principe à la loi du pays ciblé les offres de services qui leur sont spécifiquement adressées ;
- d'une manière générale, assouplissement des règles de procédure des articles 3 (entrave) et 4 (anti-contournement) qui sont trop complexes et longues à mettre en œuvre.
- pour les services linéaires, suppression du 3.b) de l'article 4 impliquant la démonstration de la volonté de contournement de la législation plus stricte ;

6. Renforcer la liberté et le pluralisme des médias, l'accès à l'information et l'accessibilité du contenu pour les personnes handicapées.

Indépendance des autorités de régulation

La liberté et le pluralisme des médias sont des valeurs démocratiques fondamentales de l'Union. Il faut donc tenir compte du rôle que des organismes de régulation de l'audiovisuel indépendants peuvent jouer à cet égard dans le cadre de la directive SMA. L'article 30 de la directive SMA prévoit que ces organismes doivent coopérer entre eux et avec la Commission, mais elle n'oblige pas directement à assurer leur indépendance, ni à créer de tels organismes indépendants lorsqu'ils n'existent pas.

SÉRIE DE QUESTIONS N° 6.1

Les dispositions de la directive SMA concernant l'indépendance des organismes de régulation de l'audiovisuel sont-elles pertinentes, efficaces et équitables?

Pertinentes? OUI – NON – SANS OPINION

Efficaces? OUI – NON – SANS OPINION

Équitables? OUI – NON – SANS OPINION

COMMENTAIRES:

Avez-vous connaissance de problèmes en ce qui concerne l'indépendance des organismes de régulation de l'audiovisuel?

OUI – NON (si oui, veuillez préciser ci-après)

COMMENTAIRES:

Option que vous privilégiez:

a) Maintenir le statu quo.

b) Établir l'indépendance des organismes de régulation dans la directive SMA, par exemple en y introduisant l'obligation explicite, pour les États membres, de garantir l'indépendance des organismes de régulation nationaux et de veiller à ce qu'ils exercent leurs compétences de manière impartiale et transparente.

c) Prévoir des exigences minimales obligatoires pour les organismes de régulation, par exemple les caractéristiques précises que devraient présenter les organismes nationaux de régulation et qui garantissent leur indépendance.

Ces caractéristiques pourraient concerner: la transparence des processus décisionnels; l'obligation de rendre des comptes aux parties intéressées; le caractère ouvert et transparent des procédures de nomination, de désignation et de révocation des membres du conseil d'administration; les connaissances et les compétences du personnel; l'autonomie financière, opérationnelle et décisionnelle; les pouvoirs de sanction, etc.

d) Autre option (veuillez préciser).

VEUILLEZ EXPLIQUER VOTRE CHOIX:

Réponse des autorités françaises :

Les autorités françaises considèrent qu'il n'y a pas lieu de modifier la législation européenne et sont opposées à une intervention de la législation européenne sur les modalités de désignation et de fonctionnement de ces instances.

Obligation de diffusion et facilité de recherche

Dans le cadre de la réglementation applicable aux opérateurs de télécommunications, en vertu de la directive «service universel»¹⁵, les États membres peuvent, dans certaines circonstances, obliger les

¹⁵

Directive 2002/22/CE concernant le service universel et les droits des utilisateurs au regard des réseaux et services de communications électroniques, modifiée par la directive 2009/136/CE.

fournisseurs de réseaux de communications électroniques à diffuser certaines chaînes de télévision et de radio («Must Carry»). En vertu de la directive «accès»¹⁶, ils peuvent également fixer des règles relatives à l'inclusion des services de radio et de télévision dans les guides électroniques de programmes (EPG)¹⁷ et à la présentation de ces guides, par exemple en ce qui concerne la liste des chaînes. Compte tenu des évolutions commerciales et technologiques récentes (nouveaux canaux de distribution, multiplication du contenu audiovisuel, etc.), la question se pose de savoir si les règles en matière d'obligation de diffusion sont encore pertinentes, et s'il y aurait lieu de les actualiser afin de faciliter ou d'assurer l'accès aux contenus d'intérêt public (tel que défini au niveau de l'État membre), par exemple en les mettant en avant (autrement dit, veiller à ce qu'ils soient faciles à trouver).

SÉRIE DE QUESTIONS N° 6.2

Le cadre réglementaire actuel est-il efficace pour fournir un accès à certains contenus d'«intérêt public»?

Efficace? OUI – NON – SANS OPINION

COMMENTAIRES:

Si vous êtes auditeur de radio ou téléspectateur, avez-vous eu déjà eu des difficultés à accéder à des chaînes de télévision ou de radio, à les trouver et à les regarder/écouter?

OUI – NON (si oui, veuillez préciser ci-après)

COMMENTAIRES:

Avez-vous déjà eu des difficultés à accéder à des contenus d'«intérêt public»?

OUI – NON (si oui, veuillez préciser ci-après)

COMMENTAIRES:

Option que vous privilégiez:

¹⁶

Directive 2002/19/CE relative à l'accès aux réseaux de communications électroniques et aux ressources associées, ainsi qu'à leur interconnexion, modifiée par la directive 2009/140/CE.

¹⁷

Les guides électroniques de programmes (EPG) sont des systèmes reposant sur des menus qui permettent aux téléspectateurs, aux auditeurs de radio et aux utilisateurs d'autres médias d'afficher des grilles constamment mises à jour de programmes en cours de diffusion ou qui vont l'être prochainement.

- a) Maintenir le statu quo, autrement dit conserver les règles européennes en vigueur concernant l'obligation de diffusion et les guides électroniques de programmes (donc sans étendre la compétence des États membres de l'Union à des services autres que de radiodiffusion).
- b) Abroger les obligations concernant l'obligation de diffusion et les guides électroniques de programmes au niveau national ou au niveau de l'Union.
- c) Étendre les règles existantes concernant l'obligation de diffusion aux services à la demande et/ou à d'autres services qui ne sont pas couverts par la directive SMA à l'heure actuelle.
- d) Modifier la directive SMA afin d'y inclure des règles relatives à la «visibilité» des contenus d'intérêt public (par exemple en prévoyant des règles relatives à la mise en avant de contenus d'intérêt public sur les plateformes de distribution de services de médias audiovisuels à la demande).
- e) Ne traiter les problèmes potentiels que dans le cadre de l'évaluation approfondie du rôle des plateformes et des intermédiaires en ligne, dont le lancement est prévu pour fin 2015, comme annoncé dans la stratégie pour un marché unique numérique en Europe.
- f) Autres options (veuillez préciser).

VEUILLEZ EXPLIQUER VOTRE CHOIX:

Réponse des autorités françaises :

Les autorités françaises sont d'avis que le principe d'un bon référencement des services audiovisuels européens dans les offres des distributeurs de services de médias audiovisuels, linéaires comme non linéaires, est essentiel dans un environnement médiatique convergent. Découle de cette question du référencement une réflexion sur l'exposition et la visibilité de tels offres et services depuis les nouvelles interfaces, car il ne suffit pas d'être référencé pour être facilement trouvé par l'utilisateur (« *trouvabilité* »).

Il convient par conséquent de réfléchir à la manière dont peuvent être mises en œuvre des formes d'obligations de distribution et de mise en avant dans l'univers délinéarisé, à l'instar de celles qui existent dans le monde linéaire (« *must-carry* », « *must-deliver* », obligation de reprise dans les outils de référencement, respect de la numérotation logique, etc.). De telles règles devront répondre aux critères de pertinence, d'efficacité, de proportionnalité, de transparence et de non-discrimination, caractéristiques du principe de neutralité de l'Internet, auquel les autorités françaises sont fortement attachées.

Les radiodiffuseurs de service public sont actuellement en mesure de garantir la diffusion de leur contenu sur des plateformes de télévision traditionnelles grâce aux obligations de « *must-carry* ». Les autorités françaises estiment, d'une part, que cette situation, au bénéfice de la démocratie, de la diversité culturelle et du citoyen, ne saurait être remise en cause selon la plateforme utilisée pour le visionnage de ces contenus et, d'autre part, qu'une réflexion sur l'extension de cette situation aux services audiovisuels non linéaires devrait être menée.

Accessibilité pour les personnes handicapées

La directive SMA prévoit que les États membres doivent montrer qu'ils encouragent les fournisseurs de services de médias audiovisuels à rendre leurs services progressivement plus accessibles aux malentendants et aux malvoyants.

SÉRIE DE QUESTIONS N° 6.3

La directive SMA est-elle efficace pour assurer un accès équitable des contenus audiovisuels aux malentendants et aux malvoyants?

Efficace? OUI – NON – SANS OPINION

COMMENTAIRES:

Avez-vous déjà rencontré des problèmes en ce qui concerne l'accessibilité des services de médias audiovisuels aux malentendants et aux malvoyants?

OUI – NON (si oui, veuillez préciser ci-après)

COMMENTAIRES:

Si vous êtes un diffuseur, pouvez-vous fournir une estimation des coûts liés à ces dispositions?

OUI – NON

Coût:

COMMENTAIRES:

Option que vous privilégiez:

a) *Maintenir le statu quo.*

b) *Poursuivre l'harmonisation de ces règles au niveau de l'Union.*

Les obligations des États membres de l'Union ne se limiteraient pas à encourager l'accessibilité: ils seraient tenus d'assurer progressivement l'accessibilité des œuvres audiovisuelles aux malentendants et aux malvoyants. Cette exigence pourrait être mise en œuvre dans les États membres soit par la législation, soit par corégulation.

c) *Introduire des mesures d'autorégulation et de corégulation.*

Il pourrait s'agir de mesures liées au sous-titrage, à la langue des signes et à l'audiodescription.

d) *Autre option (veuillez préciser).*

VEUILLEZ EXPLIQUER VOTRE CHOIX:

Réponse des autorités françaises :

Les autorités françaises souscrivent à l'idée que la prise en compte du handicap impose le développement de dispositifs d'accessibilité des programmes, y compris sur les nouveaux services.

Néanmoins, elles estiment qu'il est difficile d'exiger de manière absolue de l'ensemble des services de médias audiovisuels de permettre l'accès à tous leurs programmes aux personnes souffrant d'un handicap visuel ou auditif. Il serait certainement plus raisonnable de laisser en la matière une marge de manœuvre aux États, afin qu'ils définissent eux-mêmes les modalités d'un accès qui doit être progressivement étendu.

Événements d'importance majeure pour la société

La directive SMA permet aux États membres d'empêcher que des événements qu'ils jugent d'une importance majeure pour la société soient diffusés en exclusivité, dès lors qu'une telle exclusivité priverait une partie importante du public de la possibilité de suivre ces événements sur une télévision à accès libre. La directive mentionne la Coupe du monde de football et le championnat d'Europe de football comme des exemples de tels événements. Lorsqu'un État membre notifie une liste d'événements d'importance majeure, la Commission doit examiner la compatibilité de cette liste avec le droit de l'Union. Si elle est jugée compatible, elle bénéficie d'une «reconnaissance mutuelle».

SÉRIE DE QUESTIONS N° 6.4

Les dispositions de la directive SMA concernant les événements d'importance majeure pour la société sont-elles pertinentes, efficaces et équitables?

Pertinentes? OUI – NON – SANS OPINION

Efficaces? OUI – NON – SANS OPINION

Équitables? OUI – NON – SANS OPINION

COMMENTAIRES:

Avez-vous déjà rencontré des problèmes en ce qui concerne la radiodiffusion télévisée d'événements d'importance majeure pour la société?

OUI – NON (si oui, veuillez préciser ci-après)

COMMENTAIRES:

Option que vous privilégiez:

a) *Maintenir le statu quo.*

b) *Autres options (veuillez préciser).*

VEUILLEZ EXPLIQUER VOTRE CHOIX:

Réponse des autorités françaises :

De l'expérience qu'elles ont pu avoir de la mise en œuvre de l'article 14 ainsi que de la pratique qui en est faite sur le plan européen, les autorités françaises considèrent que le bilan relatif aux dispositions de la directive concernant l'accès du public aux événements d'importance majeure est globalement positif et recommandent le statu quo en la matière.

Brefs reportages d'actualité

La directive SMA oblige les États membres à veiller à ce que les organismes de radiodiffusion télévisuelle établis dans l'Union aient accès, dans des conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires, à des événements d'un grand intérêt pour le public pour la réalisation de brefs reportages d'actualité.

SÉRIE DE QUESTIONS N° 6.5

Les dispositions de la directive SMA concernant les brefs reportages d'actualité sont-elles pertinentes, efficaces et équitables?

Pertinentes? OUI – NON – SANS OPINION

Efficaces? OUI – NON – SANS OPINION

Équitables? OUI – NON – SANS OPINION

COMMENTAIRES:

Avez-vous déjà rencontré, dans le domaine des services de radiodiffusion télévisuelle, des problèmes en ce qui concerne les brefs reportages d'actualité?

OUI – NON (si oui, veuillez préciser ci-après)

COMMENTAIRES:

Option que vous privilégiez:

a) Maintenir le statu quo.

b) Autres options (veuillez préciser).

VEUILLEZ EXPLIQUER VOTRE CHOIX:

Réponse des autorités françaises :

Les dispositions de l'article 15 de la directive SMA relatif à la réalisation de brefs reportages d'actualité visent à assurer le droit à l'information du public, sans porter atteinte grave aux intérêts économiques des organisateurs d'événements « d'un grand intérêt pour le public » en établissant un équilibre équitable entre les deux.

Les autorités françaises estiment que le cadre actuel est approprié.

Droit de réponse

La directive SMA prévoit que toute personne physique ou morale, sans discrimination de nationalité, dont les droits légitimes, en ce qui concerne son honneur ou sa réputation, ont été lésés à la suite d'une allégation incorrecte faite au cours d'une émission télévisée, doit bénéficier d'un droit de réponse ou de mesures équivalentes.

SÉRIE DE QUESTIONS N° 6.6

Les dispositions de la directive SMA concernant le droit de réponse sont-elles pertinentes, efficaces et équitables?

Pertinentes? OUI – NON – SANS OPINION

Efficaces? OUI – NON – SANS OPINION

Équitables? OUI – NON – SANS OPINION

COMMENTAIRES:

Avez-vous déjà rencontré, dans le domaine des services de radiodiffusion télévisuelle, des problèmes en ce qui concerne le droit de réponse?

OUI – NON (si oui, veuillez préciser ci-après)

COMMENTAIRES:

Option que vous privilégiez:

a) *Maintenir le statu quo.*

b) *Autres options (veuillez préciser).*

VEUILLEZ EXPLIQUER VOTRE CHOIX:

Réponse des autorités françaises :

Les autorités françaises sont satisfaites des dispositions de la directive SMA relatives au droit de réponse.

Conclusions et prochaines étapes

La présente consultation publique sera clôturée le 30 septembre 2015.

Sur la base des réponses reçues, la Commission complètera l'évaluation REFIT (programme pour une réglementation affûtée et performante) de la directive SMA et alimentera le processus d'analyse d'impact sur les options envisageables pour l'avenir de cette directive.