

Bisbille communautaire sur le temps de pub à la télé

MÉDIAS Francophones et Flamands en désaccord sur la révision de la directive de l'UE

► La Commission européenne veut assouplir les règles limitant la présence de pub à la télé.

► Les francophones sont contre, mais ce point de vue ne pourra pas être défendu au Conseil.

Connaîtra-t-on bientôt une télévision à l'américaine avec des coupures publicitaires incessantes et des tunnels interminables ? C'est ce que certains n'hésitent pas à prédire si la proposition de modification de la directive régissant les services médias audiovisuels (SMA) déposée en mai dernier par la Commission européenne passe telle quelle la rampe du Conseil et du Parlement. Ce texte contient des avancées dans différents domaines mais ouvre aussi grand les vannes du robinet publicitaire.

Parmi les mesures les plus décriées figure une modification du mode de calcul du quota de 20 % maximum de diffusion publicitaire. A l'heure actuelle, ce quota se calcule par heure. Demain, la Commission propose de le calculer de façon journalière (entre 7 h et 23 h). Conséquence ? Les chaînes pourront décider de diffuser très peu, voire pas de pubs durant les heures creuses afin de pouvoir mieux matraquer le téléspectateur durant les heures de grande audience (18 h à 22 h). On pourrait alors dépasser allègrement le plafond de 20 % fixé aujourd'hui. Qui plus est, les interruptions publicitaires pourront intervenir toutes les 20 minutes (contre toutes

les 30 minutes actuellement), et une série de mesures seront prises pour élargir les possibilités de recours au placement de produits et au parrainage pour les chaînes.

La commission justifie cette largesse en arguant que l'émergence de nouveaux services (Netflix, YouTube...) élargit le choix offert aux téléspectateurs qui peuvent facilement se tourner vers d'autres offres, faisant ainsi diminuer les recettes publicitaires des médias traditionnels. Plus prosaïquement, on estime que c'est la contrepartie donnée aux éditeurs de service traditionnels en échange d'une réglementation peu ambitieuse des plates-formes de diffusion de contenus qui captent aujourd'hui une partie importante des revenus publicitaires.

Du côté francophone, on est résolument opposé à cette flexibilisation. Interrogé sur le sujet en commission médias du parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles, le ministre des Médias, Jean-Claude Marcourt, déclara :

« Je ne pense pas que la solution réside dans un système de télé à l'américaine » JEAN-CLAUDE MARCOURT

rait la semaine dernière : « Si des équilibres doivent être trouvés, notamment pour permettre aux médias traditionnels de trouver des modèles pérennes à l'ère du numérique, je ne pense pas que la solution réside dans un système de télévision à l'américaine où la publicité deviendrait omniprésente et invasive durant les heures de grande écoute. »

Le CSA (régulateur de l'audiovisuel) s'est aussi insurgé contre cette proposition, estimant « cette mesure préoccu-

pante du point de vue du consommateur. Ceci risque de ne pas rencontrer les attentes des consommateurs(trices) qui pourraient voir de ce fait le contenu éditorial diminuer de manière significative à certaines heures, au profit d'annonces qu'ils estiment déjà intrusives dans le contexte actuel ».

La Belgique va-t-elle s'opposer au sein du Conseil européen à cette flexibilisation du régime des communications commerciales ? Rien n'est moins sûr. Car la Communauté française et la Communauté flamande ne sont pas sur la même longueur d'onde. La Flandre soutient la proposition européenne, selon le ministre Marcourt. Or, les trois Communautés doivent se mettre d'accord sur une position commune si elles veulent que la Belgique

– la seule habilitée à voter au Conseil européen – puisse se prononcer et défendre ce point de vue. Dans le cas contraire, la Belgique devra garder le silence lorsque le point sera abordé. Il ne restera plus à la Fédération Wallonie-Bruxelles qu'à espérer qu'une majorité d'Etats au sein du Conseil vienne à sa rescousse. Du côté du cabinet du ministre flamand des Médias Sven Gatz, on se refuse à tout commentaire tant que les discussions en vue d'aboutir à une position commune se poursuivent.

Le sujet risque de faire encore couler beaucoup d'encre. La révision de la directive SMA ne devrait être l'agenda d'un Conseil des ministres qu'en mai prochain. Il faudra ensuite encore trouver un accord avec le Parlement. L'entrée en vigueur du texte n'est pas attendue avant 2018. ■

JEAN-FRANÇOIS MUNSTER

CINÉMA

Compétence territoriale

Il y a en réalité deux points sur lesquels francophones et Flamands divergent à propos de la révision de la directive SMA. Le second porte sur la compétence territoriale. La proposition de révision de la directive crée pour la première fois une exception au sacro-saint principe du pays d'origine, en autorisant les Etats qui le souhaitent à demander aux plates-formes VOD (Netflix...) qui visent spécifiquement leur marché une contribution financière pour soutenir la production cinématographique locale. Et ce même si ces plates-formes sont établies ailleurs en Europe. La Communauté française applaudit des deux mains mais la Flandre, par contre, n'y est pas favorable. Faute de consensus, c'est cette fois la Flandre qui ne pourra pas aborder ce point au Conseil.

J.-F. M.