

« La proposition de directive ne va pas assez loin. Il faut davantage protéger le consommateur. »

Paul-Éric MOSSERAY, CSA

1,4 % à 2 % : c'est la contribution des chaînes belges à la production audiovisuelle. Sauf si elles « contournent ».

Nouvelle directive « audiovisuel » : comment ça marche ?

L'Europe s'adapte au monde audiovisuel

Les différents organes européens travaillent sur une nouvelle « directive audiovisuel ». La Belgique francophone voudrait une meilleure protection.

• Anne SANDRONT

En ce moment, l'Europe débat, amende et réfléchit à propos des médias : elle travaille sur la directive Services de médias audiovisuels (SMA).

1. Triologue en juin. Les travaux du Parlement européen sur la SMA devraient aboutir pour le mois de février. Les États membres en discutent simultanément au

sein du Conseil européen, sans doute jusqu'au mois de mai. Viendra ensuite le « triologue », en juin, entre le Parlement, le Conseil et la Commission européenne. La nouvelle directive pourrait voir le jour à la fin de l'année 2017.

2. Pour quoi faire ? L'ancienne directive est entrée en vigueur en 2010, mais dans les c'est un travail qui remontait à 2007. Depuis, la situation a beaucoup changé : la VOD s'est invitée comme nouvelle façon de consommer la télévision, et surtout, une convergence s'est installée entre le support télévision et internet. Or, les règles que doivent respecter les opérateurs du net et ceux de la télévision ne sont pas les mêmes.

Pour rappel, la télévision est soumise à des obligations en matière de protection des mineurs, soutien à la création, protection des œuvres européennes, interdiction d'inciter à la haine, protection des consommateurs...

3. La position de la Belgique n'est pas unanime. Dans l'état actuel des débats, la Flandre pourrait déjà voter oui, tandis que chez les francophones, l'organe de régulation de l'audiovisuel, le conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) trouve que la proposition de directive est trop partielle, ne visant que les règles en matière de protection des mineurs et de lutte contre le discours de haine. ■

Émetteur étranger téléspectateur belge

La compétence territoriale est un enjeu essentiel de la nouvelle directive sur l'audiovisuel. Chez nous, on connaît bien cette question dans le paysage télévisuel : le siège social de RTL Belgique est situé au Luxembourg, alors qu'elle s'adresse à un public belge. RTL respecte les règles européennes, mais pour les spécificités nationales dépend de l'organe de régulation luxembourgeois.

Mais quand on regarde des nouveaux fournisseurs de services comme Youtube, Google et Netflix, on joue au niveau mondial... Même si les acteurs déposent parfois un pied en Europe. « On parle de Dublin, Londres... Netflix a un siège à Amsterdam, tout comme Google » précise Paul-Éric Mosseray, di-

recteur de la transition numérique au CSA.

Et pour la pub ?

Si RTL a son siège à l'étranger, elle compose des programmes belges à destination d'un public

belge. D'autres chaînes comme MTV, Nickelodeon ou Disney Channel fabriquent des programmes internationaux, qu'ils diffusent dans le monde entier... Et ils profitent du marché publicitaire belge en ciblant leurs écrans à certains moments de la journée, raflant 4 à 5 % du marché de la publicité.

La semaine passée, des rumeurs ont fait état de l'intention de TF1 de s'attaquer au marché publicitaire belge. Et cela, cela fait trembler d'avantage RTL, qui truste actuelle-

ment 65 % du marché publicitaire. RTL est d'autant plus inquiète que TF1 a pris contact avec plusieurs régies publicitaires

belges : RMB (la régie pub de la RTBF) et IP (celle RTL) mais aussi une régie flamande... qui n'aurait pas l'inquiétude de léser RTL ou la RTBF, puisque ses clients sont exclusivement au Nord. Et donc, il y aurait un risque que TF1 casse les prix sur le marché belge.

Si la compétence territoriale n'est pas revue par l'Europe, l'inégalité sera maintenue : il sera encore possible à des chaînes de contourner les CSA nationaux, et de profiter de l'argent du beurre sans avoir respecté toutes les règles auxquelles sont soumises les chaînes nationales. ■ **A.S.**

VITE DIT**20 % d'œuvres européennes**

sont prévues dans la nouvelle directive SMA pour les services de VOD : chez VOO, Proximus, Telenet... mais aussi Netflix. Mais l'opérateur n'a pas d'obligation de mettre en avant ces œuvres européennes : il peut continuer la pub sur les gros films américains. La VOD devra aussi répondre à des mesures de protection des mineurs (code de contrôle parental, signalétique).

Plus de publicité

Le projet de directive revoit les quotas de diffusion à la hausse et assouplit le placement de produit.

La Flandre moins mobilisée ? C'est en partie parce qu'elle est moins ciblée par des pays étrangers émettant à destination des Flamands. « *Par contre, c'est le cas de l'Autriche,*

l'Irlande et la Suède sont souvent ciblés », remarque Paul-Éric Mosseray.

La portabilité :

une autre directive Ici, le travail de l'Europe est plus avancé : c'est le 9 décembre, que la Commission européenne devait annoncer une réglementation permettant à un abonné européen d'un service en ligne (Spotify, Netflix, etc.) d'avoir accès à son service quand il sera en voyage. Ce sera seulement un accès temporaire.

Par contre, il ne sera toujours pas possible pour un téléspectateur belge de s'abonner à mytf1.fr, parce que les droits de diffusion des programmes sont acquis pour un territoire : les Français pourront regarder tf1 sur le net en Belgique, mais les Belges devront se contenter de RTL à l'infini, Netflix, Be tv... à savoir des services typiquement belges.