

RTL, TF1, Netflix & Co bientôt sous la coupe du CSA

L'adoption de la future directive «Services des médias audiovisuels» est entrée dans sa dernière ligne droite. Elle intègre les géants de l'internet et prend en compte les particularités belges.

JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

Début juin, le trilogue européen – Commission, Parlement et Conseil – arrivait à un accord sur le projet de révision de la directive «Service des médias audiovisuels» (SMA). Une révision nécessaire au regard de l'évolution du secteur audiovisuel envahi par les géants du numérique qui échappent jusqu'ici à toute régulation. Pour la Fédération Wallonie-Bruxelles, le texte prend aussi en compte certaines de ses spécificités, liées à la présence d'acteurs étrangers qui ciblent son territoire. Partie prenante à ces travaux, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) s'est dit plutôt satisfait du texte qui va lui permettre de réguler des acteurs qui échappaient jusqu'ici à son contrôle. Il s'est livré à une analyse du texte dont voici les implications pour les grands acteurs du marché.

RTL Belgium

Depuis 2006 et l'abandon de sa licence belge au profit de son seul séisme luxembourgeois, RTL Belgium considère ne dépendre que du régulateur grand-ducal. Ce n'est pas l'avis du CSA qui estime que RTL se soustrait ainsi aux règles plus strictes de la Fédération Wallonie-Bruxelles alors qu'il a son siège à Bruxelles, que son personnel est établi en Belgique et que ses décisions éditoriales

(choix des programmes, politique rédactionnelle, etc.) sont prises ici. Ce conflit vieux de douze ans est en passe d'être tranché car la directive clarifie les critères de rattachement. Ainsi, elle stipule que les décisions éditoriales sont celles qui sont prises régulièrement pour exercer la responsabilité éditoriale et qui sont liées au fonctionnement quotidien de la chaîne. Bref, RTL Belgium, qui a toujours assuré que ses décisions sont prises à Luxembourg, ne devrait plus échapper au contrôle du CSA.

TF1

La directive actuelle prévoit que quand un éditeur cible, notamment à des fins publicitaires, un autre pays que son pays d'origine, il est possible d'enclencher une procédure anti-contournement afin d'éviter une situation de concurrence déloyale entre les éditeurs locaux et cet éditeur étranger soumis à des règles moins strictes. Ce qui implique une longue et fastidieuse collaboration entre régulateurs afin de prouver que l'État est ciblé par l'éditeur en question, puis de négocier une «solution mutuellement satisfaisante». C'est ce qu'ont fait les CSA français et belge dans l'affaire TF1 venue brouter dans le marché publicitaire belge. Si la chaîne privée française s'est engagée à respecter les règles publicitaires de la Fédération Wallonie-Bruxelles, en revanche aucun accord n'a été trouvé pour que TF1 contribue à la production audiovisuelle locale. La nouvelle directive simplifie les choses. Non seulement, il ne sera plus obligatoire d'établir l'intention de contournement des règles par un

PUBLICITÉ

UN TEXTE LIBERAL

En matière publicitaire, la future directive SMA se veut très **permissive**. La pub est actuellement limitée à 20% par heure entre 7h et 23h. Désormais ce quota pourra être réparti à n'importe quel moment de la journée, entre 6h et 18h. Entre 18h et 24h, soit en prime time, les chaînes disposeront d'un quota supplémentaire de 20% qu'elles pourront répartir dans ce créneau. Il pourrait donc y avoir 60% de publicité entre 18h et 20h et rien entre 20h et minuit, observe le CSA. Selon la Commission c'est une manière de protéger les revenus des chaînes, concurrencées par les plateformes de vidéo. De son côté, le **placement de produit**, qui était interdit sauf exceptions, devient autorisé partout, sauf pour l'info et les émissions pour enfants.

éditeur pour enclencher la procédure, mais en outre, comme on le verra ci-dessous, TF1 devra investir une partie de son chiffre d'affaires publicitaire réalisé en Belgique dans le soutien à des productions audiovisuelles européennes et locales, ceci à hauteur de 2,2%.

Netflix, Amazon et consorts

C'est une autre grande avancée de la directive. Les services de vidéo à la demande (VOD) non européens qui échappaient jusqu'alors à toute régulation vont devoir proposer dans leur catalogue 30% d'œuvres européennes. C'est 10% de plus que ce qu'avait initialement proposé la Commission. Ils vont devoir également contribuer à la production locale dans les pays qu'ils ciblent. À noter qu'initialement, seuls ces services non-linéaires étaient concernés, mais un accord est intervenu pour que cette obligation s'étende aux services linéaires comme TF1. Un bémol toutefois, selon le CSA: le fait qu'il ne s'agit pas d'une obligation mais d'une faculté laissée aux États

membres d'imposer pareille contribution.

YouTube

Comme les services de VOD, les plateformes de partage de vidéo, comme YouTube ou Dailymotion, ainsi que les réseaux sociaux vont eux aussi devoir remplir certaines obligations: protection des mineurs, interdiction des discours de haine, protection du consommateur (en informant de la présence de contenus commerciaux sur leurs services). Le CSA dit cependant regretter que les obligations comme le pluralisme, la diversité culturelle et la visibilité des contenus d'intérêt général n'aient pas été intégrées aux obligations de ces plateformes.

Le texte doit être adopté par le parlement européen (le 2 octobre en principe) avant une publication au Journal officiel. Les États membres auront alors 21 mois au maximum pour transposer le texte dans leur législation. Elle devrait entrer en vigueur au plus tard en septembre 2020.