

Slide titre du Panel

Bonjour à toutes et à tous, je suis heureuse d'introduire ce panel aujourd'hui, qui va aborder des questions appréhendées par le groupe des régulateurs européens et la Commission européenne dans le cadre de la réforme législative, mais, aussi, qui permet de montrer dans quelles situations inextricables un régulateur de services de médias audiovisuels comme le CSA se retrouve aujourd'hui.

Slide 1 Paysage : des « plateformes Internet de distribution de SMA » - régulés aux « intermédiaires » - non régulés

Dans le cadre de ce panel, qu'entend-on exactement par **plateformes Internet** ? Il y en a **deux catégories** :

I. D'abord, je vous propose de parler des acteurs locaux. Les plateformes internet sont des sites internet créés par les éditeurs de services de médias audiovisuels eux-mêmes. Ces éditeurs de SMA - déclarés au CSA ou en voie de l'être - ont décidé de créer leur propre plateforme internet pour distribuer uniquement le ou les services qu'ils éditent. Pour les services télévisuels, cela peut être une plateforme de VOD comme Universciné, mais aussi des web TV de diverses origines.

Par ailleurs, en Belgique, le CSA est compétent pour réguler les services sonores également, c'est-à-dire, dans le cas des plateformes Internet, des web radios ;

Aujourd'hui, nous comptons une vingtaine de services télévisuels et autant de services sonores non linéaires et en ligne déclarés au CSA. Pour un petit paysage audiovisuel comme celui de la Fédération Wallonie Bruxelles, cela paraît beaucoup. Qui sont-ils ? Comment est-ce possible ? Je vous en donne rapidement **quatre raisons** :

Un, sur Internet, vive la liberté, plus besoin de l'autorisation de l'un des distributeurs sur plateforme fermée du panel précédent pour offrir son service au public. La création d'un média - potentiellement de masse - est devenue une activité largement accessible à la fois d'un point de vue technique et à la fois d'un point de vue financier ; la web tv

et la web radio permettent de développer l'initiative et par là même le pluralisme. C'est pourquoi les origines des éditeurs sur Internet déclarés au CSA sont dès lors très variées : distributeurs ou éditeurs « classiques », des nouveaux business, du secteur de la production cinéma, du secteur culturel, musical, des chaînes axées sur l'humour, mais aussi venant du monde institutionnel, académique, local et communal... : développer sa web tv et sa web radio, c'est un mode d'expression démocratique par excellence.

Les trois autres raisons sont liées à la manière dont le CSA a interprété les sept critères de définition du SMA, comme cela a été fait par d'autres autorités de régulation. Suite à la transposition de la directive SMA, le CSA a adopté en 2012 une recommandation relative au périmètre de la régulation des services de médias audiovisuels.

Deux, pour le critère de « **programme télévisuel ou sonore**, dans notre cas », le CSA a décidé, s'inspirant du considérant 24 de la directive, que cette notion pouvait s'interpréter de manière large et dynamique - qui tienne compte de l'évolution des services tv et sonores « classiques » avec lesquels les programmes entrent potentiellement en concurrence.

Trois, l'interprétation donnée par notre recommandation à la notion de « **service** », au sens du droit européen de « **service économique** », permet difficilement d'exclure un service. La rémunération ou la contrepartie du service peut être faible ou non lucrative. Une ASBL ou une autorité publique peuvent dès lors avoir la qualité d'éditeur.

Quatre, le critère de la « **communication au public** » a été interprété de manière à prendre en compte le nombre d'utilisateurs potentiels et non pas, comme dans certains pays, le nombre d'utilisateurs réels du service.

Pour ces quatre raisons notamment, les déclarations se sont multipliées soit à la demande du CSA, ou de manière spontanée de la part des éditeurs. Ces plateformes internet sont régulées et ont des obligations à remplir comme la contribution à la

production, de mise en valeur des œuvres européennes, un rapport annuel, le respect des règles en matière de publicité, de protection des mineurs, etc.

II. Parlons maintenant de la deuxième catégorie de plateformes Internet qui participent à notre écosystème audiovisuel. Certains de ces éditeurs, plutôt que de créer leurs sites Internet, décident de faire l'usage de plateformes existantes, qui leur offre la possibilité de créer sans frais leur propre chaîne.

Plusieurs de nos services déclarés au CSA utilisent ces plateformes d'hébergement pour distribuer leurs services télévisuels ou sonores. YouTube, Dailymotion, ou Vimeo, mais aussi les interfaces connectées ou les stores. L'interface de la smart TV Samsung par exemple met en évidence les applications locales en les téléchargeant d'emblée pour l'utilisateur et encadrent si nécessaire le développement des applications. Du côté des web radios, Radionomy ou des plateformes collaboratives comme Mixcloud. Les réseaux sociaux Facebook et Twitter principalement permettent également de développer de nouveaux supports de distribution pour nos SMA. C'est clairement une opportunité technique de développement et à l'occasion de la parution du bilan « nouveaux médias du CSA », en janvier 2013 Thierry Geerts était déjà venu nous parler pour la première fois – certains d'entre vous étaient présents pour présenter cette opportunité et ce que fait YouTube pour soutenir les créateurs. C'est à ce moment-là que le CSA a entamé le dialogue avec ces plateformes, vidéos ou sonores, qui permettaient aux SMA de la FWB de se développer. Cette deuxième catégorie de plateformes Internet est exempte de toute forme d'obligations liées à la réglementation audiovisuelle de la directive SMA.

Slide 2 Consommation de vidéos en ligne en Belgique: dans ce contexte, comment applique-t-on les règles DSMA aux plateformes Internet régulées

Je voudrais vous montrer **quelques chiffres pour terminer de planter le décor dans lequel on doit faire appliquer la réglementation audiovisuelle**. Sur 11 millions d'habitants, on compte en Belgique plus de 83 % de connexions haut débit en 2014.

La Belgique figure parmi les pays les plus connectés d'Europe (la moyenne européenne étant de 75% en 2014). La consommation de vidéos en ligne est l'une des activités les plus répandues : 37% des belges connectés consomment des vidéos en ligne. Les sites les plus populaires, pour consommer ces vidéos, comme on le voit ici en novembre 2015, sont dans l'ordre, Youtube (très très loin devant les autres), suivi de Dailymotion, de iTunes et de Vimeo. Si on regarde les acteurs locaux, on observe que la RTBF par exemple génère sur son site internet 88 168 visionnages par jour. Ce qui est en toute proportion gardée largement inférieur à ce que pourrait faire un acteur international et de renommée tel que YouTube.

Dans ce contexte de consommation, lorsqu'il s'agit de faire appliquer les obligations à nos OTT locaux déployés sur Internet, deux difficultés émergent : La première est une réticence à appliquer des règles dont d'autres - et non des moindres - sont exemptés, que ce soit en vertu de la directive SMA ou des articles 12 à 15 de la directive commerce électronique. La seconde provient des règles qui subissent l'épreuve de la convergence, que ce soit en matière de protection des mineurs ou de communications commerciales par exemple. Le régulateur donne alors des orientations d'application à travers des décisions et des recommandations. Mais qui ont-elles-mêmes leurs propres limites lorsqu'on se retrouve face à des situations de **responsabilités partagées**. Par exemple, dans la recommandation toute récente sur les communications commerciales sur les nouvelles plateformes, le Collège a dû indiquer que « ***dans les cas où l'éditeur de services utilise un intermédiaire comme plateforme de partage vidéo ou sonore pour la distribution de son service, les éventuelles infractions aux règles seront évaluées au regard des possibilités de maîtrise de l'éditeur sur le format, le contenu et la présentation de la communication commerciale sur la plateforme*** ».

Slide 3

Image : 1/ Rôle(s) et responsabilité(s) des plateformes audiovisuelles:

« **Ce n'est pas moi, c'est mon algorithme?** »

Cela mène à parler de « responsabilités » et plus particulièrement dans le cas de la DSMA de responsabilité éditoriale. On a parlé de l'interprétation de la notion de programme (le « tv-like »), de service et de communication au public. Depuis la transposition de la directive, les spécialistes considèrent que l'interprétation du concept de responsabilité éditoriale n'est pas chose facile¹. Pourtant, la responsabilité éditoriale est un concept clé de la régulation des services de médias audiovisuels. Elle détermine quels sont les services et les fournisseurs de services qui doivent se conformer à la réglementation européenne de la directive SMA.

Dans la directive, la responsabilité éditoriale est définie comme « *l'exercice d'un contrôle effectif tant sur la sélection des programmes que sur leur organisation, soit sur une grille chronologique dans le cas d'émissions télévisées, soit sur un catalogue, dans le cas de services de médias audiovisuels à la demande* ». Contrôle effectif, sélection des programmes, organisation des programmes : la recommandation du CSA a également précisé ces trois critères. La recommandation précise que :

- le contrôle effectif n'implique pas nécessairement un contrôle exercé à tout moment – sinon ce serait facile de se prévaloir de sa négligence pour échapper aux obligations - mais plutôt qu'il n'y ait pas eu de renonciation générale à l'exercice de tout contrôle.
- la sélection requiert que soit opéré un jugement de valeur qui implique soit de rechercher soi-même les programmes qui vont être inclus dans le service, soit, lorsqu'ils sont proposés par des tiers, de les choisir en fonction de critères liés à leur contenu, afin qu'ils correspondent au profil spécifique du service.
- Enfin, l'organisation des programmes recouvre le choix des modalités d'intégration des programmes dans le service.

¹ Schulz W et Heilmann S, Hans-Bredow Institut, La responsabilité éditoriale in Iris spécial, La responsabilité éditoriale, Observatoire européen de l'audiovisuel, 2008, p. 1

Sur base du critère de responsabilité éditoriale tel que défini par la directive, les plateformes de partage de vidéos comme Youtube ont paru devoir être exclues du champ d'application de la régulation. Difficile en effet de considérer que ces acteurs interviennent de manière comparable par rapport à d'autres fournisseurs de contenu dans la sélection des programmes et leur organisation.

Ces plateformes n'exercent a priori pas un contrôle effectif sur une sélection active *ex ante* des programmes déposés par les internautes (*user-generated-content*), mais seulement une sélection *ex post* éventuelle sur la base de plaintes des utilisateurs par exemple. Néanmoins, le CSA soulignait que les SMA hébergés sur de telles plateformes, comme les *branded channels*, et formant un catalogue cohérent et autonome, sont tenus de se déclarer auprès du régulateur. Certains l'ont d'ailleurs déjà fait. On en a vu quelques exemples dans le premier slide.

Par ailleurs, le régime d'exemption de responsabilité de certains intermédiaires par rapport aux contenus transmis, stockés ou hébergés, qui est organisé par les articles 12 à 15 de la directive sur le commerce électronique, est fondé sur la présomption que ces intermédiaires gardent une attitude purement passive par rapport à ces contenus, sans les sélectionner ni les modifier.

2/ Chaîne générée automatiquement (image)

Aujourd'hui, voilà le type de chaînes que l'on peut trouver sur les plateformes ouvertes de la deuxième catégorie de notre paysage, celles qui sont exemptées de toute responsabilité pour le contenu qu'elles distribuent. J'ai pris ici l'exemple de YouTube en raison de son impact en termes de consommation vidéo chez nous et partout dans le monde. Mais d'autres intermédiaires et agrégateurs de contenus que les plateformes vidéo jouent évidemment un rôle de plus en plus significatif sur la distribution de vidéos en ligne. Les réseaux sociaux notamment, comme Facebook ou Samsung sur les smart TV.

Face à ce type de présentation de vidéos, en tant que public, quelle différence majeure par rapport à un catalogue de VOD ? « Ce n'est pas nous, c'est l'algorithme ! » explique

par exemple YouTube. Les « chaînes thématiques générées automatiquement » regroupent des vidéos « tendance » et « populaires » à l'aide d'algorithmes. Dans la section "À propos" de ces chaînes, vous pouvez voir en effet qu'un message informe le public que ces chaînes ont été générées automatiquement par YouTube.

Selon quels critères ? Youtube explique qu'une chaîne générée automatiquement est créée lorsque les algorithmes identifient un sujet dont la présence sur le site est significative. Il est possible, précise YouTube, qu'aucune chaîne dédiée à un sujet spécifique ne soit générée automatiquement notamment lorsque la qualité des vidéos associées à ce sujet ne répond pas à ses exigences.

Comment sont générées ces chaînes constituées de vidéos dédiées à la musique, au sport, à l'actualité ? La plateforme explique que ses algorithmes déterminent les sujets principaux d'une vidéo et utilisent cette information pour créer des ensembles de vidéos sur n'importe quel sujet. Pour que vos contenus figurent sur une chaîne générée automatiquement, vous avez donc intérêt à attribuer une description et un titre pertinents, YouTube rappelant qu'en matière de tags, la qualité prime sur la quantité. Et puis nous avons aussi identifié des chaînes, comme un catalogue de films à la demande payants, pour lesquelles il n'est pas précisé dans la section « à propos » qu'elles sont générées automatiquement. Sans que l'on puisse pour autant que l'on puisse identifier un quelconque autre éditeur de SMA. Alors Thierry, je t'ai imprimé un formulaire de déclaration, tu verras c'est très facile à remplir...

On le voit, déduire de leur forme d'intervention distincte - qui laisse en effet à côté de l'algorithme une part belle aux internautes, de déposer et tagger eux-mêmes leurs vidéos – que les plateformes de partage vidéos ne jouent aucun rôle et doivent donc être libérées de toute obligation en lien avec leur édition et leur distribution paraît excessif.

Slide 4 : Objectif: clarifier et reconnaître le(s) rôle(s) des « intermédiaires » pour assurer une sécurité juridique et une égalité de traitement

Tout le monde ne bénéficie donc pas d'une égalité de traitement sur un terrain de jeu qui paraît significativement déséquilibré.

Aujourd'hui, après quelques années d'application de la directive SMA, ces questions se posent évidemment de plus en plus fréquemment pour les régulateurs, au vu du foisonnement des intermédiaires et autres acteurs internationaux.

En prenant part, à leur façon, à la chaîne de valeur audiovisuelle, ils entrent en concurrence avec des fournisseurs de services de médias audiovisuels – chaînes et catalogues VOD/SVOD – dont la responsabilité éditoriale et les obligations qui en découlent sont clairement établies. Au même titre que les acteurs tombant dans le champ d'application de la directive, ils ont un impact significatif et un rôle sur la promotion et l'accès au contenu via leurs algorithmes et méthodes de recommandation. Les mécanismes de détection automatiques peuvent créer aussi quelques ingérences sur la ligne éditoriale d'un éditeur hébergé.

Une clarification du concept de responsabilité éditoriale est nécessaire, c'est un premier point. Mais au-delà, du point de vue du CSA, il y aurait lieu de reconnaître que l'intervention des agrégateurs de contenus de tous types, dans la présentation des contenus qu'elles offrent, se rapproche des distributeurs et même dans certaines situations particulières, on l'a vu des éditeurs de SMA. Une telle reconnaissance pourrait conduire à appliquer à ces intermédiaires un régime d'obligations qui permettraient de rencontrer certains objectifs qui sous-tendent la régulation audiovisuelle : comme la concurrence équitable, le pluralisme des médias, la promotion du contenu audiovisuel européen et l'accès à l'information.

L'objectif du CSA est d'assurer à l'égard des acteurs du paysage audiovisuel un maximum de sécurité juridique et d'égalité de traitement.