http://lib.ulg.ac.be http://matheo.ulg.ac.be

# Services de médias audiovisuels et contenu audiovisuel par internet : faut-il un régime juridique uniforme ?

**Auteur :** Jacques, Florian
**Promoteur(s) :** Thirion, Nicolas
**Faculté :** Faculté de Droit, de Science Politique et de Criminologie
**Diplôme :** Master en droit à finalité spécialisée en droit des affaires (aspects belges, européens et internationau
**Année académique :** 2016-2017
**URI/URL :** http://hdl.handle.net/2268.2/2883

*Avertissement à l'attention des usagers :*

*Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.*

*Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.*

FACULTÉ DE DROIT
SCIENCE POLITIQUE
CRIMINOLOGIE

Université de Liège

# Services de médias audiovisuels et contenu audiovisuel par internet : faut-il un régime juridique uniforme ?

**Florian JACQUES**

Travail de fin d'études

Master en droit à finalité spécialisée en droit des affaires

Année académique 2016-2017

Recherche menée sous la direction de :

Monsieur Nicolas THIRION

Professeur ordinaire

**RESUME**

Au sein de l'Union européenne, la matière de l'audiovisuel est encadrée par la directive 2010/13 relative à la fourniture de services de médias audiovisuels (SMA). Cette directive est par ailleurs transposée en Belgique par 3 décrets adoptés par les Communautés. La présente contribution s'intéresse aux principaux concepts découlant de cette directive tels que ceux de services de médias audiovisuels et d'éditeurs de services ainsi qu'à leur interprétation en droit belge dans un contexte où la consommation de contenu audiovisuel passe de plus en plus par internet. D'une part, les conditions requises afin qu'un contenu audiovisuel soit considéré comme service de médias audiovisuels ainsi que les obligations pesant sur l'entité chargée de son édition sont examinées. L'accent est en outre mis sur les différences de régime existantes entre les services linéaires et non linéaires. D'autre part, les autorités chargées de surveiller le respect de ces obligations, à savoir les autorités de régulation, ainsi que leurs pouvoirs font également l'objet d'une analyse. A coté des services de médias audiovisuels, d'autres médias sur internet échappant à cette qualification se soustraient également à la régulation. L'utilisation d'internet pose aussi d'autres problèmes liés à l'audiovisuel comme en matière de droit d'auteur. On peut donc s'interroger quant à savoir s'il ne se développe pas un régime parallèle à celui de l'audiovisuel encadré par la directive et s'il n'est pas nécessaire d'uniformiser le régime applicable. Enfin, alors que la Commission a publié le 25 mai 2016 une proposition de révision de la directive 2010/13, on s'interrogera sur sa capacité à répondre aux défis existant actuellement en matière d'audiovisuel et de régulation des SMA.

**Remerciements**

Je tiens à remercier tous ceux qui de près ou de loin m'ont accompagné et soutenu tout au long de mes études et dans la rédaction de ce travail. Je remercie également ma copine pour son soutien au quotidien.

Je remercie tout particulièrement mon père qui m'a donné le goût de la télévision et qui m'aura toujours poussé à persévérer dans la poursuite de mes études.

Je remercie ma mère dont la plume aiguisée me permet de porter un regard critique sur le monde qui m'entoure.

Enfin je remercie Monsieur Nicolas THIRION pour ses conseils ainsi que pour la supervision de mon travail.

# TABLE DES MATIERES

**I.- INTRODUCTION** ..... **8**

**II.- LE CADRE LEGISLATIF** ..... **10**

A.- LA DIRECTIVE « SERVICES DE MEDIAS AUDIOVISUELS » ..... 10
B.- LA TRANSPOSITION EN BELGIQUE DE LA DIRECTIVE SMA ..... 10
C.- D'AUTRES LEGISLATIONS INTIMEMENT LIEES AU SUJET ..... 12
*1) Le droit d'auteur* ..... *12*
*2) La directive 2000/31 sur le commerce électronique (E-commerce)* ..... *13*

**III.- LES PRINCIPAUX ACTEURS** ..... **15**

A.- LES AUTORITES DE REGULATION ..... 15
*1) Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) en Fédération Wallonie-Bruxelles* ..... *15*
*2) Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) en Communauté flamande* ..... *17*
*3) Medienrat der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens en Communauté germanophone* ..... *18*
B.- LES EDITEURS DE SERVICES ..... 18
*1) Qu'est-ce qu'un éditeur de services ?* ..... *19*
*2) Qu'est-ce qu'un service de média audiovisuel ?* ..... *19*
a) Définition ..... 19
b) Les conditions à remplir afin qu'un service soit considéré comme un SMA ..... 21
1. Etre un service ..... 21
a. Que le service soit presté en échange d'une contrepartie ou d'une rémunération ..... 21
b. Que le service ait une vocation à entrer en concurrence avec la radiodiffusion télévisuelle ..... 22
2. Etre édité sous la responsabilité d'un éditeur ..... 23
3. Avoir l'audiovisuel pour objet principal ..... 24
4. Etre destiné au public ..... 25
5. Etre composé de programmes télévisuels ou sonores ..... 26
6. Etre communiqué par des réseaux de communications électroniques ..... 27
7. Poursuivre le but d'informer, de divertir, d'éduquer ou d'assurer une communication commerciale ..... 27
*3) Les principales obligations des éditeurs de services* ..... *28*
a) Obligation de déclaration ..... 28
b) Obligation en matière de personnalité juridique, de capital et de transparence ..... 29
c) Obligations à respecter en matière de communications commerciales ..... 30
1. Les règles communes applicables aux communications commerciales sur tout le territoire de la Belgique 32
2. Les nouvelles techniques publicitaires (Fédération Wallonie-Bruxelles) ..... 33
d) Obligations relatives à la législation sur le droit d'auteur ..... 34
e) Obligations en matière de protection des mineurs et de dignité humaine ..... 35

**IV.- LES PROBLEMES PROPRES A L'UTILISATION D'INTERNET COMME OUTIL DE DIFFUSION DE CONTENU AUDIOVISUEL** ..... **39**

A.- LA JURISPRUDENCE RECENTE DE LA CJUE EN MATIERE DE DROIT D'AUTEUR ET PLUS PARTICULIEREMENT EN MATIERE DE COMMUNICATION AU PUBLIC. ..... 39
B.- UN PRINCIPE DU *HOME COUNTRY CONTROL* POUR LA REGULATION DES EDITEURS DE SERVICES ..... 42
C.- L'ABSENCE DE REGULATION DES PLATEFORMES DE PARTAGE VIDEO ..... 43

D.- UNE ABSENCE DE SANCTION *DE FACTO* EN CAS DE NON DECLARATION D'UN SMA SUR INTERNET ? ..... 45

**V.- LA FUTURE REVISION DE LA DIRECTIVE SMA : QUEL EST L'AVENIR DE L'ENCADREMENT JURIDIQUE DE L'AUDIOVISUEL EN EUROPE ? ..... 47**

**VI.- BIBLIOGRAPHIE ..... 50**

A.- LEGISLATION ..... 50
B.- JURISPRUDENCE ..... 51
C.- DOCTRINE ..... 51
D.- COMMUNICATIONS ..... 53
E.- SITES INTERNET ..... 54

**VII.- ANNEXES ..... 56**

A.- FORMULAIRES DE DECLARATION AUPRES DU CSA ..... 56
*1) Formulaire de déclaration pour l'édition d'un service télévisuel ..... 56*
*2) Formulaire de déclaration pour un SMA sur internet ..... 62*
B.- DEFINITIONS CONCERNANT LA COMMUNICATION COMMERCIALE ..... 67
*1) Définition de la directive 2010/13/UE ..... 67*
*2) Définitions du décret SMA concernant les nouvelles techniques publicitaires ..... 67*
C.- OBLIGATIONS RELATIVES A LA SIGNALETIQUE EN FEDERATION WALLONIE-BRUXELLES ..... 69
D.- CRITERES DE RATTACHEMENT D'UN SERVICE DE MEDIAS AUDIOVISUELS A UN ETAT MEMBRE ..... 70

# I.- INTRODUCTION

A l'heure actuelle, le boom technologique ainsi que la numérisation des contenus permettent à tout à chacun d'accéder facilement à du contenu audiovisuel. Les supports permettant de consulter du contenu audiovisuel sont par ailleurs de plus en plus variés. Il est possible d'accéder à ce contenu presque partout et sur divers supports tels que la télévision, l'ordinateur, les smartphones ou les tablettes. Internet est le vecteur formidable ayant permis d'accroître à un tel point l'accessibilité à l'audiovisuel. Allumer la télévision ou regarder une vidéo sur une plateforme de distribution par internet telle que *youtube*, *dailymotion* ou encore sur les réseaux sociaux sont devenus des pratiques alternatives et concurrentes. La convergence et l'arrivée des smart tv permettent d'accéder aussi bien aux chaines de télévision linéaires classiques qu'à internet en utilisant un seul et même appareil. Alors que la consommation de contenu audiovisuel *via* les chaines de télévision linéaires ou par internet sont devenues des pratiques alternatives pour le téléspectateur, les règles applicables en à ces pratiques ne sont pas nécessairement les mêmes. On peut se demander à juste titre si ce système à deux vitesses qui entoure l'audiovisuel n'est pas dépassé et n'a pas atteint ses limites. De plus, la délinéarisation des contenus, à l'image des services ATAWAD (*Any Time, Anywhere, Any Device*), a pour conséquence que les flux de chaînes de télévision linéaires ne sont plus nécessairement le mode d'accès privilégié aux contenus audiovisuels[1]. La présente contribution s'intéresse au régime légal au sens large encadrant le contenu audiovisuel en fonction du mode de consommation choisi par le spectateur.

La première partie de cette contribution est consacrée au cadre législatif à proprement parler, à savoir les différents textes légaux régissant la matière. Les règles principales s'appliquant en Belgique découlent de la directive 2010/13/UE, dite « directive SMA ». Cette directive pose les concepts essentiels à la matière, les concepts de service de médias audiovisuels (ci-après « SMA ») et de fournisseur de services. En Belgique, l'audiovisuel est une matière culturelle au sens de l'article 127 de la Constitution. Le régime actuel de l'audiovisuel est donc encadré par trois décrets. Les règles découlant de la directive SMA ne sont par ailleurs pas les seules applicables à la matière de l'audiovisuel. Les règles de la directive 2000/31 sur le commerce électronique (directive E-commerce) ainsi que la législation sur le droit d'auteur seront ainsi abordées dans la mesure où celles-ci ont un impact important sur la consommation du contenu audiovisuel.

La seconde partie est quant à elle dédiée aux principaux acteurs que sont, d'une part, les autorités de régulation et, d'autre part, les éditeurs de services. La communautarisation a pour conséquence qu'en Belgique, chaque Communauté s'est dotée par l'action de son législateur décrétale d'une autorité de régulation en matière d'audiovisuel. Les autorités de régulation belges compétentes en matière d'audiovisuel sont donc le Conseil supérieur de l'audiovisuel

[1] G. DE BUEGER, J. JOST, C. VANHERCK (sous la direction de), *L'accès aux médias audiovisuels : plateformes & enjeux*, Bruxelles, CSA, 2016, p. 56.

(CSA) en Fédération Wallonie-Bruxelles, le *Vlaamse Regulator voor de Media* en Communauté flamande (VRM) et le *Medienrat de Deutschesprachigen Gemeinschaft Belgiens* pour la Communauté germanophone. C'est dans ce contexte que seront présentés les pouvoirs et compétences de ces institutions. Après ce détour par les régulateurs, notre attention se portera sur les entreprises régulées, c'est à dire les éditeurs de services. Comme il a été mentionné *supra*, la directive SMA pose le concept de fournisseur de services. Ce terme est remplacé par celui d'éditeur de services dans le décret de la Communauté française mais conserve la signification du terme la directive. Le terme d'éditeur de services sera employé tout au long de la présente contribution parce qu'il nous apparaît comme particulièrement explicite par rapport à la fonction jouée par ces acteurs. C'est derrière le concept d'éditeur de services que se trouve l'entité qui assume effectivement « la responsabilité éditoriale du choix du contenu audiovisuel du service de medias audiovisuels et qui détermine la manière dont il est organisé »[2]. Nous examinerons donc quelles sont les conditions à remplir pour revêtir le statut d'éditeur de services et pour que du contenu audiovisuel soit considéré comme un service de médias audiovisuels. Il est important de savoir ce qu'est un SMA et quels sont ses critères constitutifs puisque ce statut conditionne la soumission ou non à la régulation. Enfin, nous nous intéresserons aux principales obligations imposées aux éditeurs de services en fonction du caractère linéaire ou non linéaire du service de médias audiovisuels. Nous regarderons si le fait d'éditer un service linéaire « classique », un service non linéaire ou encore d'éditer un service sur internet influe sur l'ampleur de ces obligations.

Un fois les principaux acteurs ainsi que leurs obligations identifiés, la troisième partie de la présente contribution s'intéressera aux problèmes que pose le régime actuel par rapport au contenu audiovisuel se trouvant sur le net. Un SMA peut être linéaire ou non linéaire mais les services non linéaires ne sont pas nécessairement des services sur internet. La vidéo à la demande sur proximus TV est l'exemple type d'un service non linéaire qui n'est pas un service internet. L'utilisation d'internet crée par contre certaines distorsions quant aux obligations des éditeurs de services. Dans un premier temps, Il sera particulièrement intéressant de voir dans ce cadre l'impact de la jurisprudence de la CJUE concernant la législation sur le droit d'auteur. Dans un second temps, nous nous intéresserons au principe du *Home country control* prévu dans la directive pour la régulation des services de médias audiovisuels. En troisième lieu, le problème de l'absence de régulation des plateformes de partage vidéo telles que *Youtube* sera abordé. Enfin, nous poserons la question de savoir s'il n'existe pas *de facto* une absence de sanction en cas de non-déclaration d'un SMA sur internet.

En guise de conclusion, la dernière partie sera consacrée à la proposition de révision de la directive publiée le 25 mai 2016 par la Commission européenne. Nous tenterons de voir s'il en émane des pistes de solutions pour répondre diverses problématiques précédemment abordées.

---

[2] Article premier, d) du décret coordonné de la Communauté française du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels.

# II.- LE CADRE LÉGISLATIF

## A.- LA DIRECTIVE « SERVICES DE MEDIAS AUDIOVISUELS »

Adoptée le 3 octobre 1989, la directive 89/552/CEE où directive « Télévision sans frontières (TVSF) » établit un cadre réglementaire général pour l'exercice des activités de radiodiffusion télévisuelle dans l'Union européenne[3]. La directive TVSF fut révisée en 1997 sans pour autant étendre son champ d'application aux services en lignes et à la télévision à la demande. Il fallut donc attendre la directive 2007/65/CEE pour que les services à la demande soient inclus dans le champ d'application de la directive. Cette directive devait être transposée par les Etats membres au plus tard pour le 18 décembre 2009. La version actuelle de la directive, à savoir la directive 2010/13/UE, est une codification de la directive 2007/65/CEE. Elle a pour objectif de créer un marché commun favorisant la libre circulation des SMA. Pour reprendre le mot de Jacques Delors, « L'audiovisuel n'est pas une marchandise comme les autres » : les SMA ne sont pas uniquement des services économiques. En effet, ceux-ci revêtent une importance sociétale particulière qui explique certains objectifs poursuivis par la directive tels que la protection des mineurs, la sauvegarde du pluralisme et la promotion de la culture européenne.

Cette directive d'harmonisation minimale laisse une marge d'appréciation relativement grande aux législateurs nationaux, qui peuvent donc appliquer des règles plus strictes aux éditeurs de services relevant de leur compétence[4]. Il en résulte donc des disparités de régimes entre les Etats membres.

## B.- LA TRANSPOSITION EN BELGIQUE DE LA DIRECTIVE SMA

Comme il a déjà été précisé, l'audiovisuel est une matière culturelle au sens de l'article 127 de la Constitution. L'exercice de cette compétence appartient donc aux Communautés. Cela est

---

[3] E. SCARAMOZZINO, *La Télévision européenne face à la TV.2.0 ?*, Collection Europe(s) , Bruxelles, Larcier, 2012, pp. 32 à 33 ;

[4] F.J. CABRERA BLÁZQUEZ, M. CAPPELLO, G. FONTAINE, S. VALAIS , « Services à la demande et champ d'application matériel de la Directive SMAV », *IRIS Plus*, 2016, p. 24.

par ailleurs confirmé par l'article 4, 6° de la loi spéciale de réformes institutionnelles du 8 août 1980 qui cite, au titre de compétence culturelle « les aspects de contenu et techniques des services de médias audiovisuels et sonores ». Il résulte de la communautarisation de cette matière que la transposition en Belgique de la directive 2010/13 prend la forme de trois décrets communautaires.

Les obligations découlant de la directive se trouvent transposées en Communauté française dans un décret du 26 mars 2009. Auparavant intitulé décret sur la radiodiffusion, son titre a été modifié lors de la transposition de la directive 2010/13[5]. Il règlemente les programmes de tous les éditeurs de services relevant de la compétence de la Communauté française et détaille les obligations auxquelles ils sont soumis[6]. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), ses compétences, ses organes ainsi que leur composition et le pouvoir de l'autorité trouvent également leur assise législative dans ce décret.

Il convient d'emblée de souligner que le décret de la Communauté française présente deux particularités. Premièrement, celui-ci fait une distinction entre les services fournis *via* une plateforme fermée et ceux fournis *via* une plateforme ouverte[7]. Une plateforme ouverte est une plateforme librement accessible, par exemple *via* internet, alors qu'une plateforme fermée est accessible moyennant l'accord du distributeur de la plateforme en question, comme la télévision par câble[8]. Les premiers sont soumis à un régime moins strict que les seconds. Ensuite, ce décret atténue très fort les différences de régime prévues dans la directive entre les services linéaires et non linéaires.

En Communauté flamande, la matière est actuellement encadrée par le décret flamand du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision. Ce décret, contrairement au décret de la Communauté française, est plus proche d'une transposition littérale de la directive. On notera d'ailleurs que, conformément à l'esprit de la directive, le décret flamand instaure un régime plus strict pour les services linéaires que non linéaires parce que l'utilisateur dispose d'un plus grand contrôle pour ces derniers[9]. Le décret flamand a par contre pour particularité d'encadrer de manière expresse les communications commerciales à destination des enfants en ce qui concerne les boissons et aliments contenant des nutriments et des additifs dont la consommation excessive n'est pas recommandée, comme les graisses, les acides gras insaturés, le sel ou

---

[5] C. DUMONT, « Le conseil supérieur de l'audiovisuel, une autorité de régulation indépendante » , *Courier Hebdomadaire du CRISP*, 2010/9 (n° 2054-2055), p.15 ;

[6] C. DUMONT, « Le conseil supérieur de l'audiovisuel, une autorité de régulation indépendante », *Courier Hebdomadaire du CRISP*, 2010/9 (n° 2054-2055), p. 15 ;

[7] Article 1er, 31° du décret coordonné de la Communauté française du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels ;

[8] F.J. CABRERA BLÁZQUEZ, M. CAPPELLO, G. FONTAINE, S. VALAIS , « Services à la demande et champ d'application matériel de la Directive SMAV », *IRIS Plus*, 2016, P. 47 ;

[9] H. CANNIE, « Belgique : Approbation du nouveau décret relatif aux médias flamands », *IRIS Observations juridiques de l'Observatoire européen de l'audiovisuel*, 2009/5, p.1.

le sodium, et les sucres[10]. Il encadre également le fonctionnement et les compétences de l'autorité de régulation compétente pour le territoire de la Communauté flamande.

Enfin, pour le territoire de la Communauté germanophone, les SMA font l'objet d'un le décret de la Communauté germanophone du 27 juin 2005. A l'instar des deux autres décrets, le fonctionnement et les compétences de l'autorité de régulation sont également réglées par ce texte.

## C.- D'AUTRES LEGISLATIONS INTIMEMENT LIEES AU SUJET

### *1) Le droit d'auteur*

Les contenus audiovisuels sont en général l'aboutissement d'une recherche artistique. Les créations audiovisuelles éligibles pour être protégés par le droit d'auteur sont donc nombreuses puisqu'on s'accorde aujourd'hui « pour entendre par 'œuvre audiovisuelle', toute succession d'images sonorisées ou non qui répond aux conditions de protection par le droit d'auteur »[11].

Au niveau européen, trois directives sont à prendre en compte :[12]

- la directive 92/100/CEE relative au droit de prêt et de location ;
- la directive 93/83/CEE relative à la radiodiffusion par câble et par satellite ;
- la directive 2001/29/CE relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information.

Au niveau national, la législation sur le droit d'auteur fait l'objet d'une loi relative au droit d'auteur et aux droits voisins du 30 juin 1994 (ou LDA) qui est aujourd'hui intégrée au livre XI du code de droit économique.

Les conditions cumulatives essentielles pour bénéficier de la protection sont l'originalité et la mise en forme.

---

[10] H. CANNIE, « Belgique : Approbation du nouveau décret relatif aux médias flamands », *IRIS Observations juridiques de l'Observatoire européen de l'audiovisuel*, 2009/5, p.1 ;

[11] F.DE VISSCHER, B. MICHAUX, *Précis du droit d'auteur et des droits voisins*, Bruxelles, Bruylant, 2002, pp. 209 à 210 ;

[12] J-CHR. LARDINOIS, *les contrats commentés de l'industrie audiovisuelle*, Bruxelles, Larcier, 2015, p. 13.

La condition de la mise en forme suppose une « concrétisation d'idée dans le domaine sensible »[13]. L'originalité fut quant à elle définie par les arrêts *Infopaq* [14]et *Painer*[15] de la Cour de justice de l'Union européenne comme l'expression d'une « création intellectuelle propre à son auteur »[16]. Cette définition fut par la suite accueillie par notre cour de cassation[17].

Les prérogatives patrimoniales les plus importantes conférées par le droit d'auteur se composent essentiellement du droit de reproduction au sens large et du droit de communication au public[18]. C'est principalement ce droit de communication au public sur internet qui sera examiné *infra* par rapport aux développements jurisprudentiels de la CJUE.

### *2) La directive 2000/31 sur le commerce électronique (E-commerce)*

La directive 2000/31 sur le commerce électronique s'applique aux services de la société de l'information. Ceux-ci sont définis par l'article 2 de la directive 98/34/CE prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et règlementations techniques et des règles relatives aux services de la société de l'information comme « tout service presté normalement contre rémunération, à distance par voie électronique et à la demande individuelle d'un destinataire de services »[19]. Jusqu'à l'adoption de la nouvelle directive SMA en 2007, ce terme « individuelle » avait conduit à un régime à deux niveaux puisque la radiodiffusion télévisuelle qui était destinée à la réception simultanée d'un nombre illimité de destinataires se voyait refuser la qualification de service de la société de l'information. La vidéo à la demande, fournie à la suite d'une demande individuelle, rentrait par contre dans le champ d'application de la directive E-commerce[20]. Depuis 2007, la directive SMA s'applique aussi bien à la radiodiffusion télévisuelle qu'à la vidéo à la demande. La directive E-commerce conserve cependant tout son poids. En effet, les services à la demande remplissant les critères nécessaires à la qualification de SMA seront soumis à la directive alors que les autres continuent de relever de la directive E-commerce.

Les articles 12 à 15 de la directive E-commerce ont une importance toute particulière dans ce contexte. Ces articles prévoient un régime d'exonération de responsabilité ainsi qu'une absence d'obligation générale de surveillance pour certains prestataires de service ne jouant

---

[13] B. VABRABANT, *Introduction au droit de la propriété intellectuelle,: syllabus*, Liège, ULG, 2015 ;
[14] C.J.U.E., 16 juillet 2009, *Infopaq*, C-5/08, EU:C:2009:465 ;
[15] C.J.U.E., 1er décembre 2011, *Painer*, C-145/10, EU:C:2011:798 ;
[16] C.J.U.E., 1er décembre 2011, *Painer*, C-145/10, EU:C:2011:798, point 87 ;
[17] Cass. (1re ch.), 31 octobre 2013, Pas., 2013, p. 2114, R.G. n° C. 12.0263 N, n°569 ;
[18] J-CHR. LARDINOIS, *les contrats commentés de l'industrie audiovisuelle*, Bruxelles, Larcier, 2015, p. 21;
[19] F. DEHOUSSE, T. VERBIEST, T. ZGAJEWSKI, *Introduction au droit de la société de l'information, Collection Droit des technologies*, Bruxelles, Larcier, 2007, pp. 333 à 344 ;
[20] F.J. CABRERA BLÁZQUEZ, M. CAPPELLO, G. FONTAINE, S. VALAIS , « Services à la demande et champ d'application matériel de la Directive SMAV », *IRIS Plus*, 2016, pp. 31 à 32.

qu’un rôle d’intermédiaire. Ce régime vise notamment les contenus hébergés sur des plate-formes de partage vidéo telles que *Youtube*.

En Belgique, cette directive fut transposée par une loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information, qui forme aujourd’hui le livre XII du code de droit économique. Le régime d’exonération de responsabilité se trouve aux articles XII.17 à XII.20 dudit code.

# III.- LES PRINCIPAUX ACTEURS

Cette partie est consacrée aux autorités de régulation ainsi qu'aux éditeurs de services. Ce sont en effet les acteurs essentiels de l'équation télévisuelle dans la mesure où les éditeurs de services sont les fournisseurs de contenu alors que autorités de régulation ont pour rôle de servir de garde-fous aux premiers. L'exposé porte donc sur les régulateurs et les régulés.

## A.- LES AUTORITES DE REGULATION

En Belgique, il existe trois autorités de régulations, chacune territorialement compétente pour sa Communauté. Pour la Région de Bruxelles-Capitale, le fédéral reste compétent pour le bi-culturel, c'est-à-dire les activités dont l'exercice ne peut être exclusivement rattaché à l'une ou à l'autre Communauté. Dans l'éventualité où un éditeur de services établi à Bruxelles éditerait tant des programmes en néerlandais qu'en français, sa régulation relèverait donc de l'autorité fédérale. L'autorité compétente serait alors l'Institut belge des services postaux et des télécommunications (IBPT).

### *1) Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) en Fédération Wallonie-Bruxelles*

Instauré par le décret du 24 juillet 1987 sur l'audiovisuel comme un organe consultatif, le CSA est aujourd'hui défini par l'article 133 du décret de la Communauté française comme une autorité administrative indépendante jouissant de la personnalité juridique[21]. Son siège se trouve à Bruxelles et ses principales missions sont de contrôler le respect des obligations prévues dans le décret SMA par les éditeurs et distributeurs de services ainsi que les opérateurs de réseau.

Le CSA comporte quatre organes : un bureau, un secrétariat d'instruction et deux collèges (un collège d'avis et un collège d'autorisation et de contrôle). Afin de garantir l'indépendance de

[21] F. DEHOUSSE, T. VERBIEST, T. ZGAJEWSKI, *Introduction au droit de la société de l'information, Collection Droit des technologies*, Bruxelles, Larcier, 2007, pp. 176 à 177.

ses membres, le décret prévoit en ses articles 138 et 139 des incompatibilités entre la qualité de membre de ces organes et l'exercice de certaines professions.

Le bureau est composé de quatre membres désignés par le Gouvernement. Le bureau « a le pouvoir d'accomplir, de façon autonome, tous les actes nécessaires ou utiles à l'exercice des compétences du CSA et à son administration. Il le représente en justice et à l'égard des tiers. Il peut contracter en son nom »[22]. Il est également chargé du recrutement du personnel du CSA et dispose d'un pouvoir de recommandation auprès du Gouvernement.

Le collège d'avis est composé de trente membres effectifs et de trente membres suppléants désignés par le Gouvernement ainsi que des quatre membres du bureau. Les trente membres et leurs suppléants sont des représentants de quinze catégories socio-professionnelles énumérées à l'article 138, §2 du décret. Ses missions sont prévues à l'article 135 du décret. Il doit notamment rendre des avis, d'initiative ou à la demande du Gouvernement ou du Parlement. Il dispose également d'un rôle de corégulation théorique dans la mesure où il peut rendre des avis qui auront force obligatoire s'ils obtiennent l'approbation du Gouvernement[23]. Ce pouvoir n'a cependant jamais été exercé.

Le collège d'autorisation et de contrôle se compose quant à lui des quatre membres du bureau et de six membres désignés par le Parlement et le Gouvernement pour leurs compétences dans le domaine du droit ou de l'audiovisuel. Il s'agit de l'organe ayant les pouvoirs les plus étendus puisqu'il est chargé de contrôler le respect des obligations imposées aux éditeurs de services et, le cas échéant, de les sanctionner. Les sanctions que peut prononcer le collège sont prévues à l'article 159 du décret et sont notamment : l'avertissement, une amende pouvant atteindre 3%, voire 5% du chiffre d'affaires en cas de récidive, ou encore la suspension du programme. Il possède également un pouvoir d'avis et de recommandations. Les recommandations du collège d'autorisation et de contrôle sont de précieux guides pour les éditeurs de services puisqu'elles émanent de l'organe chargé de contrôler le respect des dispositions du décret. Le CSA est l'autorité de régulation la plus active en Belgique quant à l'interprétation de la directive et du décret. A l'heure actuelle, le collège d'autorisation et de contrôle a adopté près d'une cinquantaine de recommandations.

Le secrétariat d'instruction « reçoit les plaintes adressées au CSA. Il instruit les dossiers. Il peut également ouvrir d'initiative une instruction »[24]. Il soumet ensuite le dossier au collège d'autorisation et de contrôle.

---

[22] Article 141 du décret coordonné de la Communauté française du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels ;

[23] C. DUMONT, « Le conseil supérieur de l'audiovisuel, une autorité de régulation indépendante », *Courier Hebdomadaire du CRISP*, 2010/9 (n° 2054-2055), p. 46 ;

[24] Article 143 du décret coordonné de la Communauté française du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels.

Nous attirons également l'attention sur le fait que le CSA joue également un rôle important au niveau Européen puisqu'il est particulièrement actif au sein de l'ERGA (*European Regulators Group for Audiovisual Media Services).* L'ERGA est un organe consultatif créé par une décision de la Commission européenne du 3 février 2014 instituant le groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels. Cet organe créé en application de l'article 30 de la directive SMA est composé de 28 autorités nationales de régulation indépendantes. Parmi ses missions, l'ERGA est notamment chargé de « conseiller et assister la Commission dans sa tâche consistant à assurer une mise en œuvre cohérente, dans tous les Etats membres, du cadre règlementaire applicable aux services de médias audiovisuels »[25].

### *2) Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) en Communauté flamande*

Officiellement institué le 10 février 2006, le VRM se compose de deux chambres : la chambre générale (*de algemene kamer*) et la chambre pour l'impartialité et la protection des mineurs (*de kamer voor onpartijdigheid en bescherming van minderjarigen)*[26]. Ces deux chambres exercent leurs compétences en toute autonomie et indépendance. Le siège du VRM se trouve également à Bruxelles.

La chambre générale est composée de cinq membres dont deux magistrats et trois exprerts des médias indépendants des entreprises et institutions médiatiques[27]. Elle a pour mission de contrôler le respect de la plupart des obligations découlant du décret. Elle assure notamment le suivi et le traitement des plaintes déposées pour infraction à la réglementation en matière de publicité, de parrainage et de téléachat[28]. La chambre pour l'impartialité et la protection des mineurs est quant à elle composée de neuf membres dont quatre journalistes professionnels, des magistrats et des professeurs d'université[29]. Elle est compétente pour se prononcer sur les plaintes concernant des programmes incitant à la haine, les problématiques relatives à l'indépendance éditoriale ou à l'impartialité, la protection des mineurs contre les programmes et les communications commerciales susceptibles de leur nuire, etc.

En vertu des articles 228 et 229 du décret flamand, les chambres peuvent, dans les limites de leurs compétences, prononcer des sanctions en cas d'infractions de la part des éditeurs et distributeurs de services. Ces sanctions sont notamment : l'avertissement, l'ordre de diffuser

---

[25] Article 2 de la décision de la Commission européenne du 3 février 2014 instituant le groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels ;
[26] Article 215 du décret du Parlement flamand du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision ;
[27] Article 216 du décret du Parlement flamand du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision ;
[28] D. VOORHOOF, « Belgique : Nouvelle autorité de régulation des médias *», IRIS Observations juridiques de l'Observatoire européen de* l'audiovisuel, 2006/4-12, p. 1 ;
[29] Article 216 du décret du Parlement flamand du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision.

un communiqué ou de diffuser une publication dans les journaux, une amende pouvant aller jusqu'à 125 000 euros ou encore la suspension de la diffusion d'un SMA.

On peut donc remarquer que le VRM dispose globalement des mêmes compétences que le CSA, à l'exception du pouvoir d'avis, et que les exigences pour en être nommé membre sont plus élevées[30].

### *3) Medienrat der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens en Communauté germanophone*

Le *Medienrat* a son siège à Eupen. Il est composé d'une chambre décisionnelle (*Beschluss-kammer*), d'une chambre consultative (*Gutachtenkammer*), d'un bureau et d'un auditorat. La chambre décisionnelle est l'organe qui possède les prérogatives de régulation. C'est en effet elle qui est chargée de recevoir les enregistrements des éditeurs de services, de contrôler le respect des obligations imposées aux éditeurs de services et de les sanctionner si nécessaire. A l'instar des autres autorités de régulation, les sanctions que peut prononcer la chambre décisionnelle vont de l'avertissement à la suspension en passant par l'amende[31].

## B.- LES EDITEURS DE SERVICES

Les développements qui suivent sont centrés sur les concepts d'éditeurs de services et de service de médias audiovisuels.

Notons que, lorsqu'un média échappe à la qualification de SMA, il reste cependant soumis au droit commun et au respect de l'ordre public et des bonnes mœurs, au respect de la législation sur le droit d'auteur et droits voisins et aux règles interdisant la diffusion de propos racistes, négationnistes ou diffamatoires[32].

---

[30] C. DUMONT, « Le conseil supérieur de l'audiovisuel, une autorité de régulation indépendant*e »*, *Courier Hebdomadaire du CRISP*, 2010/9 (n° 2054-2055), p. 77 ;

[31] Articles 97 et 120 du décret de la Communauté germanophone du 27 juin 2005 sur les services de médias audiovisuels et les représentations cinématographiques ;

[32] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des services de medias audiovisuels, p. 8.

### *1) Qu'est-ce qu'un éditeur de services ?*

Comme il a été mentionné dans l'introduction, le terme d'éditeur de services est le terme choisi par le législateur de la Communauté française lors de la transposition de la directive SMA. La définition choisie par le législateur de la Communauté française est néanmoins celle utilisée pour les termes de « fournisseur de service » dans la directive. Ce terme de fournisseur de services a été repris tel quel dans le décret de la Communauté germanophone alors que le législateur flamand a opté pour le terme d'organisme de radiodiffusion. Malgré ces différences de vocabulaire, la signification reste cependant identique : un éditeur de services est « la personne physique ou morale qui assume la responsabilité éditoriale du choix du contenu audiovisuel du service de médias audiovisuels et qui détermine la manière dont il est organisé ».

En Belgique, il existe différentes catégories d'éditeurs de services :

- les éditeurs de services publics (RTBF, BRF et VRT) ;
- les éditeurs de services locaux. Ils sont au nombre de douze en fédération Wallonie-Bruxelles. Ces éditeurs sont subventionnés et possèdent une couverture géographique limitée ;
- les éditeurs de services régionaux en Flandre. Ce sont des éditeurs de services privés[33]qui n'ont donc pas de missions de service public. Les éditeurs de services régionaux sont au nombre de dix en Flandre ;
- les éditeurs de services privés.

Seul le régime applicable aux éditeurs de services privés est examiné plus en profondeur puisqu'il s'agit du régime ayant vocation à s'appliquer au plus grand nombre d'éditeurs de services du paysage audiovisuel belge.

### *2) Qu'est-ce qu'un service de média audiovisuel ?*

#### a) Définition

S'inspirant fortement de la définition du service de médias audiovisuels donné à l'article premier, 1., a) de la directive SMA, le décret de la Communauté française définit le service de médias audiovisuels comme un «un service relevant de la responsabilité éditoriale d'un édi-

[33] Article 158 du décret du Parlement flamand du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision.

teur de services, dont l'objet principal est la communication au public de programmes télévisuels ou sonores par des réseaux de communications électroniques, dans le but d'informer, de divertir et d'éduquer ou dans le but d'assurer une communication commerciale »[34]. Cette définition est d'ailleurs reprise dans le décret de la Communauté germanophone et, moyennant quelques modifications terminologiques, dans le décret flamand[35]. On notera donc que l'interprétation donnée à ce terme est la même pour les législateurs communautaires de Belgique.

La directive 2010/13 ainsi que les législations nationales qui en découlent différencient deux types de SMA : les services linéaires et les services non linéaires.

Un SMA linéaire est un SMA « fourni par un fournisseur de services de médias pour le visionnage simultané de programmes sur la base d'une grille de programmes »[36]. Cette notion couvre la radiodiffusion télévisuelle. Un service non linéaire est quant à lui un SMA « fourni par un fournisseur de services de médias pour le visionnage de programmes au moment choisi par l'utilisateur et sur demande individuelle sur la base d'un catalogue de programmes sélectionnés par le fournisseur de services de médias »[37]. Sont donc visés les services télévisuels édités sur le câble (les services à la demande classiques), les services édités sur internet et les services édités sous formes d'applications multiplateformes. Il est intéressant de noter que la notion de service édité sur internet inclut les WEBTV[38]. La qualification de SMA répond à la question de la compétence matérielle.

---

[34] Article 1er, 48° du décret coordonné de la Communauté française du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels ;

[35] Article 2, 26° du décret du Parlement flamand du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision, article 2, 2°, 2.3 du décret de la Communauté germanophone du 27 juin 2005 sur les services de médias audiovisuels et les représentations cinématographiques ;

[36] Article 1er, e) de ladirective 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, article 1er, 49° du décret coordonné de la Communauté française du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels, article 2, 21° du décret du Parlement flamand du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision, article 2, 25°, 2.1 du décret de la Communauté germanophone du 27 juin 2005 sur les services de médias audiovisuels et les représentations cinématographiques ;

[37] Article, 1er, g) de ladirective 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, article 1er, 50° du décret coordonné de la Communauté française du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels, article 2, 24° du décret du Parlement flamand du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision, article 2, 27°, 27.3 du décret de la Communauté germanophone du 27 juin 2005 sur les services de médias audiovisuels et les représentations cinématographiques ;

[38] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 12 novembre 2015 relative aux communications commerciales sur les plateformes Internet, p.2.

### b) Les conditions à remplir afin qu'un service soit considéré comme un SMA

Le Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel a dégagé, dans une recommandation du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des SMA, sept conditions cumulatives à remplir afin qu'un média soit considéré comme un SMA. Cette approche a par ailleurs été confirmée par l'Observatoire européen de l'audiovisuel dans une publication de 2016[39]. Le CSA étant la seule autorité de régulation Belge à avoir réalisé un tel travail relatif à l'interprétation des conditions nécessaires à la qualification de SMA, la présente partie de la contribution est donc basée sur cette recommandation. Il est à noter que ces conditions valent également pour les SMA soumis à la régulation dans le reste du pays puisque la définition de SMA provient de la directive. Ces sept conditions sont les suivantes :

#### *1. Etre un service*

Il découle de l'article 1er, a) de la directive 2010/13 qu'un SMA doit s'entendre comme un service tel que défini aux articles 56 et 57 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE). Ainsi que le précise l'article 57 du traité, les services sont « des prestations normalement fournies contre rémunération »[40]. Cela s'entend donc comme un service économique.

Une lecture combinée du considérant 21 de la directive et de l'article 57 TFUE permet de dégager qu'afin d'être considéré comme un SMA, il faudra que le service soit presté en échange d'une contrepartie ou d'une rémunération (1) [41], ou, si ce ne n'est pas le cas, qu'il ait vocation à entrer « en concurrence avec la radiodiffusion télévisuelle » (2)[42].

##### a. Que le service soit presté en échange d'une contrepartie ou d'une rémunération

Il est intéressant de noter, ainsi que le rappelle le CSA, que, d'une part, la contrepartie ne doit pas nécessairement être payée par le consommateur final du service et que, d'autre part, la contrepartie ne doit pas nécessairement être une contrepartie pécuniaire[43].

---

[39] F.J. CABRERA BLÁZQUEZ, M. CAPPELLO, G. FONTAINE, S. VALAIS , « Services à la demande et champ d'application matériel de la Directive SMAV », *IRIS Plus*, 2016, p. 25 à 28 ;

[40] F.J. CABRERA BLÁZQUEZ, M. CAPPELLO, G. FONTAINE, S. VALAIS , « Services à la demande et champ d'application matériel de la Directive SMAV », *IRIS Plus*, 2016, p. 26 ;

[41] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des services de medias audiovisuels, p. 9 ;

[42] Considérant 21 de la 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 ;

[43] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des services de medias audiovisuels, pp. 9-10.

Il existe donc un nombre potentiellement élevé de personnes pouvant, de manière non exclusive, rémunérer l'éditeur de services. Il peut s'agir du consommateur final, comme dans le cadre des services à la demande proposés par les câblodistributeurs tels que Proximus ou Voo. Le consommateur peut aussi rétribuer l'éditeur de services en souscrivant à un abonnement comme ce sera par exemple le cas pour Netflix.

Il résulte de la jurisprudence de la CJUE, qu'en matière télévisuelle, le traité « n'exige pas que le service soit payé par ceux qui en bénéficient »[44]. La contrepartie peut également être fournie par des tiers. Les tiers les plus actifs dans le domaine télévisuel sont bien évidemment les annonceurs. Ceux-ci rémunèrent les éditeurs de services contre l'insertion de communications commerciales dans leurs programmes ou encore sur leur site internet en utilisant par exemple des banderoles publicitaires dans le cas d'un service non linéaire.

Il se peut encore que le service soit financé par un système de donation *via* des plateformes participatives telles que *Tipee*, *kickstarter* ou *Twitch*. Dans un tel cas, la personne dont provient la rémunération peut être l'utilisateur final du service mais aussi un tiers qui veut encourager l'éditeur dans sa démarche. Enfin, il est possible que les pouvoirs publics endossent ce rôle rémunérateur en versant des subsides à l'éditeur. A cet égard, on notera que les éditeurs de services publics tels que la VRT ou la RTBF font l'objet d'un contrat de gestion en vertu duquel ils reçoivent une dotation.

Il n'est pas non plus nécessaire que la rémunération atteigne un certain seuil ou soit importante. La qualité d'éditeur de services n'est donc en principe pas conditionnée par une obligation pour le prestataire de se constituer sous la forme d'une société commerciale[45]. Ce propos doit cependant être nuancé dans le chef des éditeurs de services privés éditant un SMA distribué *via* une plateforme fermée relevant de la compétence de la Fédération Wallonie-Bruxelles. En effet, le décret de la Communauté française leur impose d'être constitué sous la forme d'une société commerciale[46].

#### b. Que le service ait une vocation à entrer en concurrence avec la radiodiffusion télévisuelle

Dans le cas, bien que relativement théorique, où il y aurait une totale absence de rémunération ou de contrepartie pour un média, celui-ci pourrait cependant se voir qualifier de service à condition qu'il ait vocation à concurrencer d'autres SMA. Il faudra cependant qu'il y ait une

---

[44] C.J.C.E., 26 avril 1988, *Bond van Adverteerders / État néerlandais*, C-352/85, EU:C:1988:196, point 16 ;

[45] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des services de medias audiovisuels, p. 10 ;

[46] Article 36 du décret coordonné de la Communauté française du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels.

réelle concurrence avec d'autres SMA De plus, une telle situation nécessiterait une appréciation au cas par cas et de manière évolutive dans le chef de l'autorité de régulation[47].

### *2. Etre édité sous la responsabilité d'un éditeur*

La responsabilité éditoriale est définie par à l'article 1er, c) 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 (services linéaires), soit sur un catalogue, dans le cas de services de médias audiovisuels à la demande (services non linéaires) ». Cette définition est également reprise par les législateurs communautaires de Belgique bien que le décret flamand parle de responsabilité « rédactionnelle » et non « éditoriale ».

Selon le collège d'autorisation et de contrôle du CSA, l'exercice d'une responsabilité éditoriale nécessite la réunion de trois éléments[48] :

1. l'exercice d'un contrôle effectif,
2. sur la sélection,
3. et l'organisation des programmes

L'exercice d'un contrôle effectif ne nécessite pas qu'un contrôle soit exercé à tout moment[49] mais implique cependant qu'il n'y ait pas de « renonciation générale à l'exercice de tout contrôle »[50].

L'exercice de ce contrôle sur la sélection des programmes suppose que l'éditeur ait la possibilité de choisir d'intégrer ou de refuser d'intégrer un programme diffusé par le SMA. Selon le CSA, il n'est pas nécessaire que l'éditeur puisse décider le contenu exact du programme mais il faut qu'il ait la possibilité de « les choisir en fonction de critères liés au contenu pour qu'ils correspondent au profil spécifique du service[51] ». L'exercice d'un contrôle sur la sélection des programmes doit donc permettre à l'éditeur de procéder à des choix guidés par un jugement de valeur.

---

[47] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des services de medias audiovisuels, p. 11 ;

[48] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des services de medias audiovisuels, p. 11 ;

[49] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des services de medias audiovisuels, p. 11 ;

[50] W. SCHULZ, ST. HEILMANN, « La responsabilité éditoriale », *IRIS Spécial de l'Observatoire européen de l'audiovisue*l, 2008, p. 16 ;

[51] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des services de medias audiovisuels, p. 12.

L'exercice d'un contrôle effectif sur l'organisation des programmes concerne quant à lui la possibilité pour l'éditeur d'exercer des choix sur « les modalités d'intégration des programmes dans le service[52] ». Pour les services linéaires, c'est le cas lorsque l'éditeur exerce un contrôle sur l'agencement chronologique alors que pour les services non linéaires on regardera plutôt s'il existe un pouvoir quant à la manière dont les programmes sont présentés ou mis en avant dans un catalogue.

Dans la recherche de l'existence d'une responsabilité éditoriale, la possibilité de classer les programmes en fonction du contenu ainsi que la force suggestive du prestataire seront en général des indices importants.

### *3. Avoir l'audiovisuel pour objet principal*

La notion d'objet principal est précisée par le 22ème considérant de la directive SMA[53]. Celui-ci indique que la définition de SMA « devrait exclure tous les services dont la finalité principale n'est pas la fourniture de programmes, autrement dit les services dont le contenu audiovisuel est secondaire et ne constitue pas la finalité principale. Tel est par exemple le cas des sites web qui ne contiennent des éléments audiovisuels qu'à titre accessoire, comme des éléments graphiques animés, de brefs spots publicitaires ou des informations concernant un produit ou un service non audiovisuel. »

Pour la détermination de l'objet principal d'un service et plus particulièrement pour un SMA non linéaire, le CSA préconise généralement une appréciation au cas par cas en tenant compte de critères tels que la proportion de contenu audiovisuel dans le service, l'ergonomie du service ou le modèle économique adopté par le service. Il n'est en effet pas rare qu'un site internet présente aussi bien du contenu audiovisuel que d'autres éléments.

Un important développement jurisprudentiel est intervenu par rapport à ce critère de l'objet principal dans l'arrêt *New Media Online* de la CJUE[54]. Cet arrêt apporte la lumière sur la question de savoir si un site web multimédia doit poursuivre la réalisation d'un seul ou plusieurs objets pour entrer dans le champ d'application de la directive[55]. Dans les faits ayant conduit à cet arrêt, il était question du site internet d'un journal autrichien. Sur son site internet, le journal en question renvoyait au moyen d'un lien vers un sous-domaine « qui menait à

---

[52] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des services de medias audiovisuels, p. 12 ;

[53] F.J. CABRERA BLÁZQUEZ, M. CAPPELLO, G. FONTAINE, S. VALAIS , « Services à la demande et champ d'application matériel de la Directive SMAV », *IRIS Plus*, 2016, p. 26 ;

[54] C.J.U.E., 21 octobre 2015, *New Media Online*, C-347/14, EU:C:2015:709 ;

[55] G. DE BUEGER, J. JOST, C. VANHERCK (sous la direction de), *L'accès aux médias audiovisuels : plateformes & enjeux*, CSA, Bruxelles, 2016, p. 93.

une page sur laquelle il était possible, grâce à un catalogue de recherche, d'accéder à plus de 300 vidéos »[56].

Dans son arrêt, la Cour a considéré qu'il importait de « privilégier une approche matérielle consistant à examiner si le service en cause (la page comportant les vidéos) avait, en tant que tel et indépendamment du cadre dans lequel il est proposé, pour objet principal de fournir un programme dans un but d'information, de divertissement ou d'éducation du grand public »[57]. La Cour a de plus relevé, que, dans les faits, « la majeure partie des vidéos était accessible et consultable indépendamment de la consultation des articles de la version électronique du journal » et que ces éléments tendaient donc à « indiquer que le service en cause au principal pouvait être considéré comme ayant un contenu et une fonction autonomes par rapport à ceux de l'activité journalistique et, partant, comme étant constitutif d'un service distinct des autres services offerts »[58].

Il résulte de cet arrêt qu'une partie d'un site internet peut être qualifié de SMA à condition d'avoir « un contenu et une fonction autonomes par rapport à ceux de l'activité de l'exploitant du site Internet, et de ne pas seulement être un complément indissociable de cette activité »[59]. Il est donc possible, comme l'affirmait déjà le CSA et d'autres autorités de régulations nationales[60], qu'un service poursuive plusieurs objets.

La Cour de justice met en avant l'importance du caractère autonome de ce contenu audiovisuel par rapport au reste du contenu présent sur le site internet.

#### *4. Etre destiné au public*

Toujours selon le considérant 21 de la directive SMA, les services de médias audiovisuels sont « des medias de masse qui sont destinés à être reçus par une part importante de la population et qui sont susceptibles d'avoir sur elle un impact manifeste». Il est donc nécessaire que le service fasse l'objet d'une communication au public.

La Cour d'arbitrage a par ailleurs précisé, dans un arrêt du 14 juillet 2004 qu'un « programme de radiodiffusion diffuse des informations publiques est destiné, du point de vue de celui qui les diffuse, à l'ensemble du public ou à une partie de celui-ci et n'a pas de caractère confiden-

---

[56] C.J.U.E., 21 octobre 2015, *New Media Online*, C-347/14, EU:C:2015:709, point 7 ;
[57] C.J.U.E., 21 octobre 2015, *New Media Online*, C-347/14, EU:C:2015:709, point 33 ;
[58] C.J.U.E., 21 octobre 2015, *New Media Online*, C-347/14, EU:C:2015:709, point 36 ;
[59] C.J.U.E., 21 octobre 2015, *New Media Online*, C-347/14, EU:C:2015:709, point 37 ;
[60] G. DE BUEGER, J. JOST, C. VANHERCK (sous la direction de), *L'accès aux médias audiovisuels : plateformes & enjeux*, CSA, Bruxelles, 2016, p. 93, voir également Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des services de medias audiovisuels, p. 16.

tiel »[61]. Un élément important de ce critère est donc l'absence d'une intention de confidentialité dans le chef de l'éditeur de services. Cela est d'ailleurs confirmé par la directive qui exclut de son champ d'application « toute forme de correspondance privée »[62]. Il est donc nécessaire de prendre en compte le nombre d'utilisateurs auxquels le service est potentiellement accessible et non le nombre de ceux auxquels il est réellement accessible[63].

Un détour par la matière du droit d'auteur peut être intéressant afin d'obtenir une définition de la notion de public. La CJUE définit cette notion comme « un nombre indéterminé de téléspectateurs potentiels[64] ».

Le CSA précise également qu'un service remplira généralement le critère de la destination au public quand, « tant par son *mode de diffusion* que par son *contenu*, il sera susceptible de s'adresser à tout un chacun »[65].

### *5. Etre composé de programmes télévisuels ou sonores*

La notion de programme est définie par la directive comme « un ensemble d'images animées, combinées ou non à du son, constituant un seul élément dans le cadre d'une grille ou d'un catalogue établi par un fournisseur de services de médias et dont la forme et le contenu sont comparables à ceux de la radiodiffusion télévisuelle [66]». Cette définition est également celle reprise dans les décrets adoptés en Belgique[67]. A l'instar de la directive, les législateurs flamand et germanophone donnent une série d'exemples de ce que recoupe cette notion de programme.

Dans son arrêt *New Media Online* précité, la CJUE a également apporté de précieux éclaircissements sur la notion de programmes. La Cour a précisé que « la circonstance que des vidéos soient de courte durée n'est pas de nature à écarter leur qualification de 'programme'.

---

[61] C. Arb., 14 juillet 2004, n° 132/2004, B.10.1 ;

[62] Considérant 22 de la 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 :

[63] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des services de medias audiovisuels, p. 17.

[64] C.J.U.E.,14 juillet 2005, C-192/04, *Lagardère Active Broadcast*, EU:C:2005:475, point 31 ; C.J.U.E.,07 décembre 2006, C-306/05, *SGAE*, EU:C:2006:764, point 37 ;

[65] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des services de medias audiovisuels, p. 17 ;

[66] Article 1er, b) de la 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 ;

[67] Article 2, 31° du décret du Parlement flamand du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision, article 2, 37°, 37.3 du décret de la Communauté germanophone du 27 juin 2005 sur les services de médias audiovisuels et les représentations cinématographiques, article 1er, 36° du décret coordonné de la Communauté française du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuel.

L'article 1er, paragraphe 1, sous b), de la directive 2010/13 ne comporte pas d'exigence relative à la durée [68]». Cet arrêt est d'autant plus intéressant puisqu'il s'inscrit dans le contexte d'une mise à disposition de vidéos dans une sous-rubrique du site internet d'un journal en ligne. Cette interprétation est d'ailleurs renforcée par le considérant 24 de la directive SMA qui préconise une interprétation dynamique de la notion de programme tenant compte de l'évolution de la radiodiffusion télévisuelle afin « d'éviter les disparités en ce qui concerne la libre circulation et la concurrence »[69].

Afin d'être considéré comme SMA, le service doit diffuser des programmes de type télévisuel, ce qui sera en général le cas si les programmes contiennent des « représentations visuelles animées combinées ou non à du son »[70].

### *6. Etre communiqué par des réseaux de communications électroniques*

L'article 1er, a) de la directive SMA renvoie à l'article 2 de la directive 2002/21/CE relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques pour définir les réseaux de communications électroniques. Comme le souligne le CSA, « en pratique, la notion de diffusion par des réseaux de communication électroniques couvre le câble, la voie hertzienne, les réseaux satellitaires, Internet et les réseaux mobiles »[71]. Cette notion exclut par contre l'exploitation d'une œuvre dans une salle de cinéma ainsi que la vente et la location de dvd[72].

### *7. Poursuivre le but d'informer, de divertir, d'éduquer ou d'assurer une communication commerciale*

Excepté la communication commerciale qui fait l'objet d'une définition dans la directive ainsi que dans les décrets, les autres finalités ne sont définies ni dans la directive ni dans les décrets ni dans les considérants de la directive. Etant donné que ces critères ne sont pas cumula-

---

[68] C.J.U.E., 21 octobre 2015, *New Media Online*, C-347/14, EU:C:2015:709, point 20 ;

[69] Considérant 24 de la 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 ;

[70] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des services de medias audiovisuels, p. 19 ;

[71] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des services de medias audiovisuels, p. 20 ;

[72] F.J. CABRERA BLÁZQUEZ, M. CAPPELLO, G. FONTAINE, S. VALAIS , « Services à la demande et champ d'application matériel de la Directive SMAV », *IRIS Plus*, 2016, p.28.

tifs[73] et qu'ils ont un caractère très général, ils sont applicables en pratiques à n'importe quel contenu audiovisuel[74].

On remarquera donc qu'une chaine sur *Youtube* est tout à fait susceptible de remplir ces sept critères et donc d'être qualifiée de SMA. Cette observation est d'autant plus importante que le CSA constate actuellement une tendance chez les éditeurs de WEBTV consistant à se transformer en chaine *youtube* ou en page *facebook*.

### *3) Les principales obligations des éditeurs de services*

Les éditeurs de services sont soumis à différentes obligations découlant de leur statut. La présente section survole celles-ci et met l'accent sur les différences qui pourraient exister entre les éditeurs de services ayant choisi d'éditer un SMA linéaire ou non linéaire. Il est primordial de noter que ces obligations pèsent uniquement sur les éditeurs de services. A défaut d'être considéré comme tel, le média ne sera pas soumis à ces obligations, à l'exception du respect de la dignité humaine et des principes du droit d'auteur.

#### a) Obligation de déclaration

En Fédération Wallonie-Bruxelles, les éditeurs d'un SMA sont soumis, suivant leur statut, à un régime d'autorisation ou de déclaration[75]. Ainsi, les services de médias privés doivent faire l'objet d'une déclaration préalable auprès du CSA conformément à l'article 38 du décret. Chaque nouveau service édité par l'éditeur devra faire l'objet d'une nouvelle déclaration préalable (voir annexe 1, page 56). La forme de la déclaration est en outre encadrée par un arrêté du 14 mai 2009 du Gouvernement de la Communauté française. Les chaines de télévision locales sont soumises à un régime d'autorisation. Elles doivent en effet obtenir une autorisation gouvernementale d'une durée de neuf ans renouvelable[76].

En Communauté flamande, les articles 159 et 175 du décret prévoient également un système de déclaration préalable auprès du *Vlaams regulator voor de media* pour tous SMA linéaires et non linéaires. Cette déclaration doit être faite au moins quinze jours avant le lancement du

---

[73] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des services de medias audiovisuels, p. 21 ;

[74] F.J. CABRERA BLÁZQUEZ, M. CAPPELLO, G. FONTAINE, S. VALAIS , « Services à la demande et champ d'application matériel de la Directive SMAV », *IRIS Plus*, 2016, p. 27 ;

[75] http://acteurs.csa.be/pages/143 ;

[76] Article 64 du décret coordonné de la Communauté française du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels.

service. Pour ce qui est des éditeurs de services régionaux, ceux-ci doivent disposer d'un agrément de la part du Gouvernement flamand[77].

Bien que comportant également une obligation d'enregistrement préalable auprès du *Medienrat*, le système prévu par le décret de la Communauté germanophone comporte cependant une particularité. L'éditeur d'un service linéaire ou non linéaire ne pourra en effet commencer son activité que quinze jours après avoir reçu la confirmation de l'enregistrement par la chambre du *Medienrat*. Le système semble donc proche d'un système d'autorisation[78]. Il s'agit néanmoins d'une procédure de principe puisqu'il n'existe à l'heure actuelle aucun organisme de radiodiffusion télévisuelle privé relevant de la compétence de la Communauté germanophone[79].

Il est intéressant de noter qu'il s'agit dans tous les cas d'un système de déclaration *à priori*. Enfin, les articles 123 et 154 des décrets germanophone et francophone prévoient des sanctions pénales en cas d'édition d'un SMA sans déclaration. Cela sera examiné plus en profondeur *infra*.

### b) Obligation en matière de personnalité juridique, de capital et de transparence

Bien que la question de la personnalité juridique de l'éditeur de services ne soit pas envisagée par la directive, les décrets de la Communauté flamande et de la Communauté française prévoient certaines obligations qui ne sont pas nécessairement les mêmes.

On soulignera tout d'abord que le décret de la Communauté germanophone ne prévoit pas d'obligations quant à la personnalité juridique de l'éditeur ou à la forme sociétaire que celui-ci devrait adopter. Tant une personne morale qu'une personne physique peut donc éditer des services linéaires et non linéaires.

En Fédération Wallonie-Bruxelles, l'article 36 du décret prévoit une règle particulière pour les éditeurs de services distribués sur une plateforme de distribution fermée. Ceux-ci doivent adopter la forme d'une société commerciale dont le capital est représenté exclusivement par des actions nominatives. Il faut donc en déduire que l'éditeur de services qui souhaitera être distribué *via* une plateforme fermée devra adopter la forme d'une SA au sens du livre VII du Code des sociétés. Le décret n'impose par contre pas à l'éditeur d'un service distribué *via* une

---

[77] Article 159 du décret du Parlement flamand du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision ;

[78] Articles 20.1 et 38 du décret de la Communauté germanophone du 27 juin 2005 sur les services de médias audiovisuels et les représentations cinématographiques ;

[79] O. HERMANS, juriste au *Medienrat der Deutschsprachigen Gemeinschaft*, entretien par email en date du 6 avril 2017.

plateforme ouverte d'adopter une quelconque forme sociétaire et une personne physique peut donc éditer un SMA sur internet. Les chaines de télévisions locales doivent quant à elles adopter la forme d'une ASBL[80].

Le décret flamand semble prévoir des règles plus restrictives encore. En effet, les articles 163 et 174 du décret prévoient que les éditeurs de SMA privés tant linéaires que non linéaires doivent être constitués sous la forme d'une personne morale de droit privé. Le législateur n'a pas été jusqu'à prévoir une forme sociétaire particulière mais cette disposition exclut la possibilité pour une personne physique d'être éditeur de services. Ces dispositions soulèvent cependant deux interrogations. Tout d'abord, au regard de l'article 2,27° du décret. En effet, cet article prévoit qu'un organisme de radiodiffusion peut aussi bien être une personne physique qu'une personne morale. Ensuite, on peut se demander si l'article 174 qui concerne les services non linéaires correspond encore à la réalité du terrain. Comme nous l'avons vu, une chaine *Youtube* ou un site internet auquel est incorporé à titre principal du contenu audiovisuel peut tout à fait remplir les critères nécessaires à la qualification de SMA. Il est néanmoins notoire que ces formes de médias sont souvent le fruit d'un utilisateur qui est une personne physique.

En matière de transparence, l'article 5 de la directive prévoit une liste d'informations minimales que les éditeurs de services doivent mettre à disposition du public. Pour tout SMA, le public doit être informé du nom de l'éditeur, de son adresse géographique, d'un moyen permettant d'entrer en contact avec l'éditeur ainsi que de l'identité de l'organisme de régulation compétent.

L'article 40 du décret flamand ainsi que l'article 6.2 du décret de la Communauté germanophone reprennent telles quelles ces obligations. Le décret de la Communauté française est par contre plus exigeant puisqu'il prévoit également que les éditeurs de services doivent divulguer leur numéro de TVA ainsi que la structure de leur actionnariat[81].

### c) Obligations à respecter en matière de communications commerciales

La communication commerciale audiovisuelle est définie à l'article 1er, h) de la directive SMA comme « 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 pro-

[80] Article 67 du décret coordonné de la Communauté française du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels ;

[81] Article 6 du décret coordonné de la Communauté française du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels.

gramme ou y sont insérées moyennant paiement ou autre contrepartie, ou à des fins d'autopromotion ».

Toujours selon cet article, les communications commerciales peuvent revêtir plusieurs formes. Il s'agit entre autres de la publicité télévisée, du parrainage, du téléachat et du placement de produits (voir annexe 2, page 67 pour ces définitions).

Contrairement au décret de la Communauté germanophone et au décret flamand, le décret de la Communauté française prend « en compte des environnements interactifs, hybrides, dans lesquels des messages commerciaux peuvent apparaître simultanément à un flux audiovisuel, en parallèle ou en surimpression de celui-ci »[82]. En Effet, l'article 1er, 7° inclut parmi les formes de communications commerciales les communications commerciales interactives, la communication commerciale par écrans partagés, l'autopromotion ainsi que la publicité virtuelle. Là où le législateur de la Communauté française distingue huit modes différents de communications commerciales, les autres législateurs communautaires de Belgique n'en distingue que quatre. Ces nouvelles techniques publicitaires font l'objet d'une analyse séparée étant donné qu'ils ne sont encadrés qu'au niveau de la fédération Wallonie-Bruxelles.

La directive SMA prévoit un régime moins rigoureux en matière de communications commerciales pour les services non linéaires[83]. Cela se justifie, selon le considérant 58 de la directive, par le fait que les SMA « à la demande diffèrent de la radiodiffusion télévisuelle eu égard au choix, au contrôle que l'utilisateur peut exercer et à l'impact qu'ils ont sur la société ». Ce régime a été largement atténué lors de la transposition de la directive par le décret de la Communauté française puisque, hormis la règle quantitative, le régime applicable est le même pour les services linéaires et non linéaires en ce qui concerne les communications commerciales[84]. Il est intéressant de noter que les législateurs germanophone et flamand ont quant à eux adopté des décrets plus fidèles à la lettre de la directive avec des régimes distincts.

Les ressources financières découlant de la publicité revêtent une importance notable puisque les services vidéo gratuits à la demande qui sont hébergés sur les plateformes de partage sont souvent financés par des revenus publicitaires. Ces publicités peuvent se trouver à l'intérieur de la vidéo et/ou à l'extérieur du contenu audiovisuel[85]. A titre d'exemple, Google finance la

---

[82] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 12 novembre 2015 relative aux communications commerciales sur les plateformes Internet, p.4 ;

[83] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 12 novembre 2015 relative aux communications commerciales sur les plateformes Internet, p.5 ;

[84] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 12 novembre 2015 relative aux communications commerciales sur les plateformes Internet, p.6 ;

[85] Collège d'autorisation et de contrôle due Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), « Services sur plateformes internet et services à la demande : bilan transversal 2014 », 2015, p .4.

gratuité de ses services par la publicité[86].

### 1. *Les règles communes applicables aux communications commerciales sur tout le territoire de la Belgique*

Les concepts de publicité, téléachat, parrainage et placement de produit sont définis à l'article 1er, i) à m) de la directive SMA. Ces définitions sont largement reprises dans les trois décrets. Deux particularités par rapport à la directive sont néanmoins à mentionner. Premièrement, en matière d'autopromotion, le décret de la Communauté française donne une définition propre à ce concept. Deuxièmement, dans sa définition de la publicité télévisée, le décret flamand réserve l'hypothèse de l'autopromotion aux services linéaires.

Comme le souligne le CSA, d'un point de vue qualitatif, une série d'obligations découlant de la directive s'impose à tous types de communications commerciales et à tous les SMA linéaires ou non. Ce corpus minimal de règles est donc présent dans les trois décrets belges et comporte trois branches[87].

- La première branche concerne la transparence dans la mesure ou les communications commerciales doivent être facilement identifiables comme telles, les publicités clandestines sont interdites ainsi que le recours aux techniques subliminales. De plus, la publicité et le téléachat doivent être nettement séparés du reste du programme par des moyens optiques et/ou acoustiques et/ou spatiaux. On notera que le décret de la Communauté française va plus loin en interdisant les variations sonores par rapport au reste de la programmation[88].
- La seconde branche concerne la protection des personnes et des intérêts généraux. Les communications commerciales ne peuvent porter atteinte à la dignité humaine, ne comportent ni ne promeuvent de discriminations, n'encouragent pas des comportements préjudiciables à la santé, la sécurité ou à l'environnement. Les communications commerciales relatives à certains produits tels que l'alcool et les médicaments sont règlementées voir interdites pour le tabac. Les intérêts des mineurs sont en outre protégés. Nous attirons également l'attention du lecteur sur le fait l'autorité fédérale a conclu une convention avec les secteurs concernés tels que l'Horeca, les producteurs, les distributeurs et le jury d'Ethique Publicitaire afin de réglementer la publicité pour les boissons alcoolisées. Cette convention a abouti sous la forme de la convention « Arnoldus ».

---

[86] E. SCARAMOZZINO, *La Télévision européenne face à la TV.2.0 ?*, Collection Europe(s) , Bruxelles, Larcier, 2012, p. 26 ;

[87] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 12 novembre 2015 relative aux communications commerciales sur les plateformes Internet, p.5 ;

[88] Article 14, §3 du décret coordonné de la Communauté française du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels.

- La troisième branche a trait au parrainage ainsi qu'au placement de produits. Tant le parrainage que placement de produits doivent être signalés. Ils sont interdits pour certains types de programmes tels que les journaux télévisés et ils ne peuvent porter atteinte à l'indépendance éditoriale de l'éditeur de services.

D'un point de vue quantitatif, il faut faire une distinction entre les services linéaires et non linéaires en matière de publicité et téléachat. Pour les services linéaires, la règle applicable dans tout le pays, découlant de l'article 23, est qu'un maximum de 20% par heure d'horloge peut être consacré à la publicité ou au téléachat[89]. Par heure horloge signifie que la période commence au temps 00:00 et se termine au temps 59:59. Les législateurs flamand et germanophone ont par ailleurs précisé que cette règle n'était applicable qu'aux services linéaires.

Le décret de la Communauté française prévoit quant à lui, à l'article 20 §2, que le temps consacré à la publicité et au téléachat pour les services non linéaires, est de maximum 20% de la durée du programme. Il faut conclure qu'en l'absence de règle quantitative, les éditeurs d'un service non linéaire en Communauté flamande ou en Communauté germanophone ne sont pas limités quant à la masse publicitaire intégrable à leurs services.

Ces règles quantitatives ne sont pas applicables au parrainage et au placement de produit. Soulignons également que les règles relatives à la publicité comparative et aux pratiques commerciales déloyales sont applicables aux communications commerciales. Enfin, l'article 50 du décret de la Communauté flamande prévoit une interdiction pour la VRT de diffuser de la publicité ainsi que du téléachat.

### *2. Les nouvelles techniques publicitaires (Fédération Wallonie-Bruxelles)*

Comme mentionné *supra*, les nouvelles techniques publicitaires encadrées par le décret de la Communauté française sont les communications commerciales interactives, la communication commerciale par écran partagé ainsi que la publicité virtuelle. Ces techniques sont définies à l'article 1er, 8°,9° et 38° du décret (voir annexe 2, page 67 pour ces définitions).

Les communications commerciales interactives visent par exemple les cas dans lesquels un spot publicitaire sert de tremplin vers des pages internet où le fabriquant présente des informations relatives à ses produits[90]. L'article 28 du décret prévoit que « l'utilisateur doit être

---

[89] Article 20 du décret coordonné de la Communauté française du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels ; article 81, §2 du décret du Parlement flamand du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision ; article 15 du décret de la Communauté germanophone du 27 juin 2005 sur les services de médias audiovisuels et les représentations cinématographiques ;

[90] A. SCHEUER, « La convergence des terminaux, plateformes et services de médias audiovisuels », *Iris Plus*, 2013-3, p. 10.

averti du passage à l'environnement interactif publicitaire, promotionnel ou commercial par des moyens optiques ou acoustiques appropriés » lorsqu'un éditeur de services a recours à la communication commerciale interactive.

La communication commerciale par écran partagé est encadrée par l'article 30 du décret. Elle est interdite pendant certains programmes tels que les journaux télévisés ou les programmes d'actualité. Pour ce qui est des autres programmes, elle est autorisée pourvu que les conditions posées par l'article soient remplies. On notera ainsi que la communication commerciale n'est autorisée que durant le générique de fin de certaines émissions ou durant les interruptions des compétions sportives et qu'elle ne peut comprendre que de la publicité ou de l'autopromotion.

Quant à la publicité virtuelle, ce type de communication commerciale est visé à l'article 29 du décret et n'est autorisé que lors de la retransmission de compétitions sportives moyennant le respect de certaines conditions.

Etant donné que les obligations relatives aux communications commerciales du décret de la Communauté française ont vocation à s'appliquer aux services linéaires et non linéaires, ces règles s'appliquent aussi aux SMA sur internet.

### d) Obligations relatives à la législation sur le droit d'auteur

La question des droits patrimoniaux de l'auteur d'une œuvre audiovisuelle est uniquement abordée de manière expresse dans le décret SMA de la Communauté française. L'article 35 du décret prévoit ainsi que les éditeurs de services doivent « pouvoir prouver, à tout moment, qu'ils ont conclu les accords nécessaires avec les auteurs et autres ayants droits concernés, ou leurs sociétés de gestion collective, leur permettant pour ce qui concerne leurs activités de respecter la législation sur le droit d'auteur et les droits voisins ». Cette règle est d'ailleurs rappelée à l'article 38 qui impose aux éditeurs de services de joindre à leur déclaration auprès du CSA un plan financier comprenant « rubrique relative aux rémunérations à verser aux auteurs et autres ayants droit en application des accords conclus ».

De plus, cet article prévoit la possibilité pour le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA d'obtenir sur simple demande « la communication d'une copie complète des accords en cours d'exécution ».

Cette obligation sera développée *infra* suite à la jurisprudence récente de la CJUE en matière de communication au public. Elle concerne en principe aussi bien les services linéaires et non linaires. Il se pourrait néanmoins qu'il en aille autrement dans le cas d'un éditeur de SMA non linéaires présents uniquement sur le net.

Quant aux droits moraux des auteurs, ceux-ci sont également abordés dans une certaine mesure puisque les décrets prévoient que « l'introduction de publicité télévisée ou de téléachat dans des programmes en cours ne peut ni porter atteinte à leur intégrité, en tenant compte des interruptions naturelles du programme ainsi que de sa durée et de sa nature, ni porter préjudice aux droits des ayants droits [91]». Cette obligation doit cependant être relativisée à cause de la marge d'appréciation laissée aux législateurs nationaux pour la transposition et aux spécificités de la répartition des compétences communautaires en Belgique. En Fédération Wallonie-Bruxelles et en Communauté germanophone, cette obligation s'imposera à tous les éditeurs de SMA linéaires et non linéaires. *A contrario*, le législateur flamand ayant choisi d'adopter un régime plus souple pour les services non linéaires, cette obligation ne s'imposera qu'aux services linéaires sur le territoire de la Communauté flamande.

Il est également à noter que l'article 18, §2 du décret de la Communauté française prévoit des obligations plus contraignantes à la RTBF et aux télévisions locales puisqu'il prévoit que « la publicité et l'autopromotion ne peuvent interrompre ni une œuvre dont l'auteur veut conserver l'intégrité, ni une séquence d'un programme ». Cet article semble donc créer un véritable droit dans le chef d'un auteur à s'opposer à ce que son œuvre soit interrompue par de la publicité ou de l'autopromotion.

### e) Obligations en matière de protection des mineurs et de dignité humaine

Bien que le respect des bonnes mœurs et de l'ordre public fasse partie du droit commun et que tout contenu audiovisuel y soit soumis, l'article 6 de la directive prévoit une interdiction d'éditer des programmes qui contiennent des incitations « à la haine fondée sur la race, le sexe, la religion ou la nationalité ». Le décret flamand mentionne simplement une interdiction pour les services télévisuels à inciter à la haine et la violence[92]. Le décret de la Communauté germanophone en son article 4 et le décret de la Communauté française en son article 9 contiennent quant à eux une liste exemplative beaucoup plus longue. On notera par exemple que le décret SMA interdit les programmes portant atteinte à l'égalité entre les hommes et les femmes.

La directive 2010/13 comporte des obligations différentes suivant que le SMA est linéaire ou non linéaire quant à la protection des mineurs[93]. En matière de protection des mineurs, la di-

---

[91] Article 7, §3 du décret de la Communauté germanophone du 27 juin 2005 sur les services de médias audiovisuels et les représentations cinématographiques, article 80 décret du Parlement flamand du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision, article 18, §1er du décret coordonné de la Communauté française du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels ;

[92] Article 38 du décret du Parlement flamand du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision.

[93] A. SCHEUER, « La convergence des terminaux, plateformes et services de médias audiovisuels », *Iris Plus*, 2013-3, pp. 11 à 12.

rective SMA met encore une fois en place un système à deux vitesses entre ces différents types de services. Les services linéaires sont visés par l'article 27 alors que les services non linéaires sont visés par l'article 12 de la directive.

Pour les services linéaires, les programmes susceptibles de nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs font l'objet d'une interdiction totale[94]. Il s'agit selon la directive « notamment des programmes comprenant des scènes de pornographie ou de violence gratuite »[95]. Cette liste exemplative est cependant non exhaustive[96]. Les programmes qui sont simplement susceptibles de nuire aux mineurs sont quant à eux autorisés à condition qu'il soit « assuré, par le choix de l'heure de l'émission ou par toute mesure technique, que les mineurs se trouvant dans le champ de diffusion ne sont normalement pas susceptibles de voir ou d'entendre ces émissions »[97]. L'utilisation de mesures techniques comprend entre autres la possibilité de recourir au cryptage ou au verrouillage de programme *via* l'interface des câblodistributeurs[98]. En outre, lorsque ces programmes sont diffusés en clair, ils doivent soit être précédés d'un avertissement soit faire l'objet d'une signalétique présente durant tout le programme[99].

Pour les services non linéaires, il est prévu que les programmes susceptibles de nuire gravement aux mineurs ne doivent être « mis à la disposition du public que dans des conditions telles que les mineurs ne puissent normalement entendre ou voir ces services »[100]. Les éditeurs d'un SMA non linéaire ne sont donc soumis à aucune restriction en ce qui concerne les contenus simplement susceptibles de nuire aux mineurs. Enfin, on notera que la directive ne définit pas des termes tels que « mineurs », « susceptible de nuire gravement » ou « simplement susceptibles de nuire » afin que les Etats membres puissent adopter une transposition adaptée aux habitudes culturelles du pays[101].

---

[94] M. CAPPELLO, « La protection des mineurs dans un paysage médiatique en pleine convergence », *IRIS plus*, 2015, p. 22 ;

[95] Article 27, 1. de la 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 ;

[96] M. CAPPELLO, « La protection des mineurs dans un paysage médiatique en pleine convergence », *IRIS plus*, 2015, p. 30 ;

[97] Article 27, 2., de la 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 ;

[98] D.VOSTERS (éd), *La protection des mineurs par les régulateurs des médias ; Boite à outils N°2 du REFRAM*, Bruxelles, REFRAM, 2014, p. 50 ;

[99] Article 27, 3., de la 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.

[100] Article 12 de la 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 ;

[101] M.CAPPELLO, « La protection des mineurs dans un paysage médiatique en pleine convergence », *IRIS plus*, 2015, p.22.

En Fédération Wallonie-Bruxelles, l'article 9 du décret de la Communauté française impose l'utilisation, si cela est possible, d'un code d'accès pour les programmes diffusés dans les services linéaires ou, à défaut, le recours la signalétique. La protection des mineurs contre les programmes télévisuels susceptibles de nuire à leur épanouissement physique, mental ou moral fait en plus l'objet, d'un arrêté du Gouvernement du 21 février 2013. Cet arrêté met en place les obligations applicables en matière de signalétique. Aussi bien les SMA linéaires que non linéaires entrent dans son champ d'application[102]. Les éditeurs de services ont l'obligation de classer leurs programmes en cinq catégories en fonction de leur contenu. Les programmes allant de la catégorie 1 à la catégorie 4 se voient associer un symbole qui doit être incrusté dans l'image pendant toute la durée de la diffusion (voir annexe 3, page 69). Des restrictions horaires sont également prévues pour les programmes de la catégorie 3 à 5 lorsque ceux-ci sont diffusés dans un service linéaire. Ces restrictions horaires ne sont pas applicables aux services non linéaires mais les programmes de la catégorie 3 à 5 ne peuvent être accessibles « par l'utilisateur qu'après avoir introduit un code d'accès parental »[103].

Pour le territoire de la Communauté flamande, il n'existe pas d'obligation pour les organismes de radiodiffusion de signaler au moyen de pictogrammes quand un programme ne convient pas à un jeune public[104]. Les organismes de radiodiffusion les plus importants, tels que la VRT, ont, cependant, d'initiative adopté un système de classification des programmes qui est basé sur le modèle du *Kijkwijzer*. Il s'agit d'un outil d'évaluation pour le cinéma et la télévision mis en place en 2002 par l'Institut néerlandais pour la classification des médias audiovisuels (*Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media*). Il est intéressant de noter que le monde politique flamand songe actuellement à rendre l'utilisation obligatoire de ce système à tous les éditeurs de services linéaires et non linéaires[105]. Des restrictions horaires pour les programmes ne sont également pas prévues en tant que telles par l'article 42 du décret. Les organismes de radiodiffusion disposent donc d'un pouvoir d'appréciation[106]. La Chambre pour l'impartialité et la protection des mineurs du VRM peut par contre juger, *a posteriori* et au cas par cas, si le moment d'émission d'un programme est susceptible de nuire aux mineurs.

Enfin, il n'existe pas d'arrêté du Gouvernement de la Communauté germanophone relatif à la protection des mineurs contre les programmes télévisuels susceptibles de nuire à leur épanouissement. L'article 4, 2°, contient cependant une obligation, formulée de manière générale, d'utilisation de pictogrammes ou de respect de restrictions horaires. Cet article ne fait pas l'objet d'une mise en application de la part du Gouvernement parce qu'il n'existe pas

---

[102] Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), recommandation du 20 février 2014 relative à la protection des mineurs ;
[103] Article 4 §1 de l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 21 février 2013 ;
[104] D. PEEREMAN, greffier au *Vlaamse Regulator voor de Media*, entretien par email en date du 05 avril 2017 ;
[105] https://www.vlaamsParlement.be/commissies/commissievergaderingen/1107606/verslag/1109808 question posée au Ministre SVEN GATZ le 26 janvier 2017.
[106] D. PEEREMAN, greffier au *Vlaamse Regulator voor de Media*, entretien par email en date du 05 avril 2017.

d'éditeurs de services privés sur le territoire de la Communauté germanophone et que le BRF ne diffuse actuellement qu'un journal télévisé quotidien[107].

[107] O. HERMANS, juriste au *Medienrat der Deutschsprachigen Gemeinschaft*, entretien par email en date du 6 avril 2017.

# IV.- LES PROBLÈMES PROPRES A L'UTILISATION D'INTERNET COMME OUTIL DE DIFFUSION DE CONTENU AUDIOVISUEL

Maintenant que nous savons quelles sont les conditions à remplir pour qu'un média soit qualifié de SMA, les obligations qui pèsent sur l'entité qui s'occupe de son édition et les pouvoirs que possèdent les autorités de régulation, il est intéressant de remarquer qu'internet pose un certain nombre de problèmes lorsqu'il entre dans l'équation télévisuelle. Parmi ces problèmes on peut tout d'abord citer que malgré la qualification de SMA, l'utilisation d'internet peut avoir un impact sur les obligations des éditeurs de services, notamment en matière de droit d'auteur et de détermination de l'autorité de régulation compétente. De plus, les médias qui se développent sur internet ont souvent un profile atypique par rapport à l'image que se faisait le législateur européen lors de l'adoption de la directive SMA. Ces services tels que les plateformes de partage n'entrant pas nécessairement dans le moule échappent donc à toutes les obligations auxquelles sont soumis les éditeurs de services. Enfin, en Belgique, le caractère préalable de la déclaration d'un SMA semble sérieusement remis en cause pour les services présents sur la toile. Cette liste non exhaustive de problématiques liées au contenu audiovisuel sur le net développée ci-après.

## A.- LA JURISPRUDENCE RECENTE DE LA CJUE EN MATIERE DE DROIT D'AUTEUR ET PLUS PARTICULIEREMENT EN MATIERE DE COMMUNICATION AU PUBLIC.

Le droit de communication au public est visé à l'article 3 de la directive 2001/29. La matière de la communication au public a fait l'objet de multiples développements jurisprudentiels. Sont particulièrement développés dans cette partie les arrêts *Svensson*, *Bestwater* ainsi que *GS MEDIA*.

L'arrêt fondateur dans cette matière est l'arrêt *SGAE* du 7 décembre 2006 de CJUE. Dans cet arrêt, la Cour énonce pour la première fois la notion de nouveau public. Selon la Cour, la nécessité d'obtenir l'accord de l'auteur pour la communication au public d'une œuvre requiert que l'acte de transmission soit fait à « un public distinct du public visé par l'acte de communication originaire de l'œuvre [108]». Il faut donc que la communication soit faite à un public que l'auteur n'avait pas pris en compte lors de l'autorisation initiale de communiquer l'œuvre au public.

[108] C.J.U.E.,7 décembre 2006, *SGAE*, C-306/05, EU:C:2006:764, point 40.

Cette condition de communication à un nouveau public est particulièrement intéressante lorsqu'elle est appliquée à l'univers d'internet. Le 13 février 2014, la CJUE rendait l'arrêt *Svensson*. Dans cet arrêt concernant la matière des hyperliens, la question préjudicielle posée à la Cour était de savoir si « la fourniture, sur un site internet, de liens cliquables vers des œuvres protégées disponibles sur un autre site internet [109]» constituait un acte de communication au public. La Cour a considéré que, bien qu'il s'agissait d'un acte de communication, celui-ci n'était pas adressé à un public nouveau[110]. Dans cette affaire, la transmission initiale de l'œuvre était faite avec le consentement de l'auteur et la Cour a considéré, qu'en l'absence de mesures restrictives, le public ciblé par la communication initiale était l'ensemble des visiteurs potentiels du site et par conséquent l'ensemble des internautes[111]. On peut donc en déduire qu'en l'absence de mesures telles qu'une obligation d'abonnement ou un *paywall* restreignant l'accès à une œuvre sur internet, et si l'œuvre est licitement disponible sur internet, elle vise un public composé de tous les internautes[112].

Il semble donc qu'aux yeux de la Cour, « l'établissement d'un hyperlien cliquable constitue davantage qu'un 'simple moyen technique pour garantir ou améliorer' l'accès à une œuvre au sens du considérant 27 de la directive 2001/29»[113].

La même année, la CJUE a rendu une ordonnance concernant la matière, l'ordonnance *Bestwater*. Cette ordonnance concerne la technique de la 'transclusion' ou du *framing* et donc le domaine de l'audiovisuel.

Cette technique permet au propriétaire d'un site internet (A) d'y intégrer une vidéo hébergée sur un autre site (B). Lorsque l'utilisateur enclenche la lecture de la vidéo, il n'est pas redirigé vers le site de l'hébergeur (B) de la vidéo et en visionne le contenu sur le site (A). Après avoir rappelé les enseignements de *Svenson*, la Cour a ajouté que, « dès lors que et tant qu'une œuvre est librement disponible sur le site vers lequel pointe le lien internet, il doit être considéré que, lorsque les titulaires ont autorisé cette communication, ceux-ci ont pris en compte l'ensemble des internautes comme public »[114]. La Cour a conclu que « le seul fait qu'une œuvre protégée, librement disponible sur un site Internet, est insérée sur un autre site Internet au moyen d'un lien utilisant la technique de la 'transclusion', ne peut pas être qualifié de 'communication au public', dans la mesure où l'œuvre en cause n'est ni transmise à un public

---

[109] C.J.U.E., 13 février 2014, *Svensson e.a.*, C-466/12, EU:C:2014:76, point 14 ;
[110] C.J.U.E., 13 février 2014, *Svensson e.a.*, C-466/12, EU:C:2014:76, point 24 ;
[111] C.J.U.E., 13 février 2014, *Svensson e.a.*, C-466/12, EU:C:2014:76, point 26 ;
[112] G. VERCKEN, « Le référencement en ligne : aspects de propriété intellectuelle » sous la direction de S. CHATRY, *La régulation d'internet : regards croisés de droit de la concurrence et de droit de la propriété intellectuelle : actes de colloques*, Paris, éditions Mare et Martin, 2015. p. 160 ;
[113] A. STROWEL, «établir un hyperlien ne constitue pas une «communication au public» selon la Cour de justice de l'Union européenne », *A&M*., 2014/3-4, p. 229 ;
[114] C.J.U.E., 21 octobre 2014, *BestWater International*, C-348/13, EU:C:2014:2315, point18 ;

nouveau ni communiquée suivant un mode technique spécifique, différent de celui de la communication d'origine »[115].

Cette position concernant les hyperliens est d'ailleurs celle qui fut adoptée par la Cour de cassation de Belgique dans un arrêt du 24 juin 2015[116]. Celle-ci a en effet considéré qu'un hyperlien vers une œuvre ne nécessite pas l'autorisation de son auteur si cette œuvre est librement accessible sur internet[117].

Dernier rebondissement en date : l'arrêt *GS MEDIA* du 8 septembre 2016. Dans cette affaire, la question posée à la Cour était de savoir « si et dans quelle circonstances éventuelles le fait de placer sur un site internet un lien hypertexte vers des œuvres protégées, librement disponibles sur un autre site internet, sans l'autorisation du titulaire du droit d'auteur constitue une 'communication au public' »[118] ? Il s'agissait donc de savoir si le fait de transmettre un hyperlien renvoyant vers un contenu illégalement sur internet était constitutif d'un acte de communication au public. Ce a quoi la Cour à répondu qu' « afin d'établir si le fait de placer, sur un site Internet, des liens hypertexte vers des œuvres protégées, librement disponibles sur un autre site Internet sans l'autorisation du titulaire du droit d'auteur, constitue une 'communication au public' au sens de cette disposition, il convient de déterminer si ces liens sont fournis sans but lucratif par une personne qui ne connaissait pas ou ne pouvait raisonnablement pas connaitre le caractère illégal de la publication de ces œuvres sur cet autre site Internet ou si, au contraire, lesdits liens sont fournis dans un tel but, hypothèse dans laquelle cette connaissance doit être présumée »[119]. Il en résulte donc qu'une personne communiquant une œuvre illégalement sur internet au moyen d'un hyperlien est présumée avoir connaissance du caractère illégal de cette publication si elle agit dans un but de lucre.

On remarque donc qu'alors que la retransmission par câble d'une œuvre audiovisuelle nécessite l'accord des ayant droits, la jurisprudence de la Cour de justice aboutit à un tout autre résultat pour le contenu sur internet. Il s'ensuit qu'un éditeur de services pourrait tout à fait décider d'élaborer un *business model* en n'utilisant que du contenu hébergé sur d'autres plateformes en ayant recours à la technique du *framing*, et ce, sans qu'il ait à requérir un quelconque accord des ayant droits, à condition que le contenu se trouve légalement sur internet et soit à disposition de l'ensemble de la communauté. Pour l'année 2015, la perception de droits d'auteur par la SABAM auprès des diffuseurs nationaux privés représente un montant de 7141355 d'euros[120]. Il en résulterait un avantage concurrentiel important pour l'éditeur d'un SMA sur internet n'ayant pas l'obligation de rémunérer les auteurs.

---

[115] C.J.U.E., 21 octobre 2014, *BestWater International*, C-348/13, EU:C:2014:2315, point19.
[116] Cass. (2e ch), 24 juin 2015, JT., 2016, p.144, R.G. n°P.15.0194.F. ;
[117] L. VAN REEPINGHEN, C. DE CLERCQ, « Les hyperliens sur internet : lorsque l'ubiquité de la toile vient au secours du droit d'auteur », *J.T.*, 2016/9, p. 145 ;
[118] C.J.U.E., 8 septembre 2016, *GS MEDIA*, C-160/15, EU:C:2016:644, point 25;
[119] C.J.U.E., 8 septembre 2016, *GS MEDIA*, C-160/15, EU:C:2016:644, point 55;
[120] SABAM, rapport annuel 2015, p. 21.

Concernant le *framing* , il est à noter, comme le souligne Alain Strowel, que « la réappropriation douteuse du contenu d'un tiers, créant éventuellement une confusion dans le chef de l'internaute, n'influence pas l'analyse en droit d'auteur, mais reste un critère important pour une éventuelle action fondée sur la concurrence déloyale »[121]. Dans son ordonnance *Bestwater*, la Cour a limité son analyse aux questions concernant le droit d'auteur, et la question de la concurrence déloyale n'est pas abordée. Cette affirmation concerne cependant les auteurs. On peut se demander ce qu'il en est pour un éditeur de services qui se trouverait face à un concurrent n'ayant pas l'obligation de payer de droit d'auteur.

## B.- UN PRINCIPE DU *HOME COUNTRY CONTROL* POUR LA REGULATION DES EDITEURS DE SERVICES

Le principe du *Home country control* répond à la question de la compétence territoriale pour la régulation des SMA. Afin de favoriser la libre circulation des SMA, la directive pose un principe de contrôle des émissions uniquement dans l'Etat d'origine de la transmission[122]. En vertu de ce principe, un éditeur de services est uniquement soumis aux obligations légales de son Etat membre d'origine. Il peut cependant, en vertu de la libre circulation de services, destiner ses programmes aux autres Etats membres sans qu'un second contrôle lui soit appliqué dans cet autre Etat membre. Un Etat membre ne peut donc en principe restreindre la réception des services provenant d'un autre Etat membre en se fondant sur sa réglementation nationale qui serait plus stricte[123].

En raison de ce principe et des disparités qui existent entre les différentes législations nationales découlant de la directive d'harmonisation minimale, une pratique de *forum shoping* s'est développée. Certains éditeurs de services ont tendance à s'installer dans des Etats membres ayant une législation moins stricte[124].

---

[121] A. STROWEL, « La Cour de justice confirme qu'établir un hyperlien ne constitue pas une «communication au public», mais ne clarifie rien quant aux conditions implicites de son raisonnement à propos de l'ordonnance *BestWater* et de l'arrêt *C-More Entertainment », A&M.,* 2015-2, p. 178 ;

[122] C. Dumont, « Le conseil supérieur de l'audiovisuel, une autorité de régulation indépendante », *Courier Hebdomadaire du CRISP*, 2010/9 (n° 2054-2055), p. 17 ;

[123] F.J. CABRERA BLÁZQUEZ, M. CAPPELLO, G. FONTAINE, S. VALAIS , « Services à la demande et champ d'application matériel de la Directive SMAV », *IRIS Plus*, 2016, p. 24 ;

[124] Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA), Synthèse et conclusions du rapport de l'ERGA sur la compétence territoriale, 2016 p. 1 ;

Les critères de rattachement à un Etat membre pour un SMA sont prévus à l'article 2 de la directive. Le professeur Derieux, a ainsi dressé une liste des possibilités de rattachement prévues par l'article 2[125]. (Voir annexe 4, page 70)

L'article 2 prévoit des critères de rattachement primaires et des critères secondaires. Les critères de rattachement primaires se basent sur les notions de « siège social », de « décisions éditoriales » et de « partie importante des effectifs employés aux activités de SMA ». Les critères de rattachement secondaires se basent sur l'utilisation d'une liaison montante ou de capacités satellitaires.

Dans son rapport sur la compétence territoriale, l'ERGA met en avant certaines faiblesses de ces critères primaires et secondaires de rattachement. Tout d'abord, concernant les critères primaires, il existe un manque de clarté et d'interprétation de ces critères, notamment de la notion de « décisions éditoriales ». Ensuite, les autorités de régulation nationales soulignent des difficultés dans l'application de ces critères en raison de difficultés de vérification des informations données par les éditeurs et de la facilité d'établir un siège social dans un Etat membre. Enfin, il existe des incertitudes sur la manière d'appliquer ces critères aux entreprises ayant un *business model* inhabituel qui est parfois structuré en tenant compte des critères prévus par la directive[126]. De plus, ces critères posent problème lorsqu'il s'agit de les appliquer à un service sur internet puisqu'il est loisible à l'éditeur de services de délocaliser ses activités dans un Etat membre dans lequel les règles de régulation sont moins strictes, voire de baser son siège social, ses effectifs et de prendre ses décisions éditoriales dans un Etat tiers. Les critères secondaires sont quant à eux inapplicables à internet puisqu'ils ne s'appliquent qu'à la diffusion satellitaire.

Bien que les articles 3 et 4 de la directive prévoient des exceptions en cas « d'infraction manifeste, sérieuse et grave » à certains articles et en cas de contournement volontaire d'une législation nationale plus stricte, ces articles sont difficiles à mettre en œuvre à cause de la procédure qu'ils prévoient et de la difficulté de démontrer un contournement volontaire.

## C.- L'ABSENCE DE REGULATION DES PLATEFORMES DE PARTAGE VIDEO

Les plateformes de partage vidéo sont aujourd'hui des acteurs incontournables du paysage audiovisuel. A titre d'exemple, *Youtube* comptabilise un milliard d'utilisateurs chaque mois[127]

---

[125] F. DERIEUX, « Directive Services de médias audiovisuels et localisation des services », *La directive services de médias audiovisuels – Le nouveau cadre juridique de l'audiovisuel européen,* sous la direction de F. JONGEN, Anthemis, Limal, 2010, p. 16.

[126] Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA), Synthèse et conclusions du rapport de l'ERGA sur la compétence territoriale, 2016, p. 3 ;

[127] G. DE BUEGER, J. JOST, C. VANHERCK (sous la direction de), *L'accès aux médias audiovisuels : plateformes & enjeux*, CSA, Bruxelles, 2016, p. 42 ;

et *dailymotion* un peu plus de 55 000 visiteurs par jour[128]. En échappant au champ d'application de la directive SMA et aux obligations qui en découlent, ces prestataires de services bénéficient d'indéniables avantages concurrentiels. Comme le souligne Eléonore Scaramozzino, le manque de clarté du champ d'application de la directive SMA qui règlemente la télévision européenne permet le développement d'une TV 2.0 non réglementée[129].

Ces acteurs se prévalent des articles 12 à 15 de la directive e-commerce, qui organise un régime d'exemption de responsabilité pour les contenus transmis, stockés ou hébergés ainsi que du considérant 21 de la directive 2010/13 . Afin de bénéficier de cette exemption, les plateformes sont censées garder une attitude purement passive quant à ces contenus. Cependant, comme le souligne le CSA, certains comportements adoptés par ces plateformes sont inconciliables avec cette exigence de passivité. C'est notamment le cas lorsque les plateformes font de la promotion de contenus *via* un système de recommandation en fonction de la préférence des utilisateurs en utilisant par exemple les cookies. Il en va de même lorsqu'ils organisent la présentation des contenus pour les rendre plus attractifs ou encore lorsqu'ils conservent un droit de modification des contenus qu'ils hébergent[130].

L'article 15 de la directive E-commerce prévoit une absence d'obligation de surveillance générale pour les hébergeurs. Cela a d'ailleurs été confirmé en matière de droit d'auteur dans un arrêt *Sabam c. Netlog* de la CJUE[131]. Là où les éditeurs de services doivent exercer un contrôle *ex ante*, ces plateformes exercent uniquement un contrôle *ex post*. Les utilisateurs ont la possibilité de signaler un contenu qui serait illégal ou contraire aux exigences de la communauté[132].

Le considérant 21 de la directive exclut de son champ d'application « les activités dont la vocation première n'est pas économique et qui ne sont pas en concurrence avec la radiodiffusion télévisuelle, comme les sites web privés et les services qui consistent à fournir ou à diffuser du contenu audiovisuel créé par des utilisateurs privés à des fins de partage et d'échange au sein de communautés d'intérêt ». Il s'agit d'une référence claire aux plateformes de partage telles que *Youtube* et aux réseaux sociaux[133].

Ces plateformes concurrencent directement les éditeurs de services « classiques » tel que les chaines de télévisions linéaires dont le modèle économique repose sur les revenus publici-

---

[128] ComScore MMX, November 2015, 15+ Internet population.

[129] E. SCARAMOZZINO, *La Télévision européenne face à la TV.2.0 ?*, Collection Europe(s) , Bruxelles, Larcier, 2012, p. 31 ;

[130] G. DE BUEGER, J. JOST, C. VANHERCK (sous la direction de), *L'accès aux médias audiovisuels : plateformes & enjeux*, CSA, Bruxelles, 2016, p. 90 ;

[131] C.J.U.E, 16 février 2012, *SABAM*, C-360/10, EU:C:2012:85 ;

[132] G. DE BUEGER, J. JOST, C. VANHERCK (sous la direction de), *L'accès aux médias audiovisuels : plateformes & enjeux*, CSA, Bruxelles, 2016, p. 90 ;

[133] E. SCARAMOZZINO, *La Télévision européenne face à la TV.2.0 ?*, Collection Europe(s) , Bruxelles, Larcier, 2012, p. 38 ;

taires est mis en péril[134]. Alors que les éditeurs de services sont soumis à des limites qualitatives et quantitatives en matière de communications commerciales, les plateformes sont beaucoup plus libres. Ce raisonnement vaut aussi pour les câblodistributeurs puisque ces acteurs utilisent de plus en plus de bande passante pour diffuser leur contenu sans devoir participer au financement des infrastructures. Pour finir, les articles 16 et 17 de la directive instaurent une obligation pour les éditeurs d'un SMA linéaires d'investir dans la production audiovisuelle. En Belgique, cette obligation est également étendue aux distributeurs de services[135]. Les médias sociaux échappent à ces obligations financières.

Il peut être intéressant de s'interroger si, par l'usage des cookies afin d'identifier le profil de consommation des utilisateurs et de leur proposer des contenus en liens avec ce qu'ils ont consulté sur leurs sites, les plateformes n'exerceraient pas une forme de choix éditoriaux. En effet, les cookies permettent d'une certaine manière de tailler une ligne éditoriale sur mesure pour chaque utilisateur. Le critère de la responsabilité éditoriale nécessaire à la qualification d'éditeur de services serait alors rempli. On peut également se demander si la porte d'entrée pour soumettre les plateformes de partage vidéo à la régulation ne serait pas la qualification de ces acteurs comme distributeurs de services. Au sens des décrets flamand et francophone, un distributeur de service est une personne qui met à disposition du public un ou des SMA. Cette définition semble d'autant plus remplie dans le chef des plateformes de partage quand on sait que les chaines sur ces plateformes remplissent les conditions nécessaires à leur qualification comme SMA.

## D.- UNE ABSENCE DE SANCTION *DE FACTO* EN CAS DE NON DECLARATION D'UN SMA SUR INTERNET ?

Comme nous l'avons vu précédemment, le système actuel fonctionne sur la base d'une obligation de déclaration préalable à l'édition d'un SMA. Les législateurs francophone et germanophone ont par ailleurs prévu des sanctions pénales applicables en cas de d'émission d'un SMA sans avoir procédé à une déclaration préalable auprès de l'autorité de régulation. Les deux décrets prévoient dans un tel cas une peine d'amende et/ou une peine d'emprisonnement allant de huit jours à cinq ans.

Nous l'avons également vu, l'arrêt *New Media Online* confirme que la directive SMA ne contient aucune considération quant à la durée des programmes et que des vidéos courtes peuvent

---

[134] P.Fr DOQUIR, M. HANOT (sous la direction de), Nouveaux écrans, Nouvelle régulation ? , Collection Droit des Technologies, Bruxelles, Larcier, 2013, p. 93.

[135] Articles 41 et 80 du décret coordonné de la Communauté française du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels ; articles 57 et 184/1 du décret du Parlement flamand du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision ; article 12, §2 du décret de la Communauté germanophone du 27 juin 2005 sur les services de médias audiovisuels et les représentations cinématographiques.

faire office de programmes. Force est de constater qu'avec le développement d'internet, comme le souligne le CSA, certaines chaines hébergées sur les plateformes forme un catalogue cohérent et autonome, ce qui en fait de véritables SMA. Ils sont dès lors en principe soumis à l'obligation de déclaration[136]. Ces chaines hébergées sur les plateformes sont souvent le fruit d'un utilisateur. Il est donc courant qu'une personne ouvrant son site internet ou créant sa chaine sur une plateforme de partage, suivant le contenu qu'elle y incorpore et le succès potentiel que celle-ci recueille, édite sans le savoir un SMA. Une telle personne pourrait donc faire l'objet d'une sanction en application de ces articles.

Les autorités de régulation n'ont cependant jamais appliqué ces articles dans de telles situations. L'approche privilégiée est en général d'entrer en contact avec l'éditeur de services en question afin de l'informer de son obligation de déclaration[137]. La personne bénéficiera par ailleurs d'une assistance pour remplir sa déclaration. On remarque donc que l'audiovisuel sur internet est bien soumis à une obligation de déclaration mais qui se fera souvent *a posteriori.* Le CSA favorise une approche négociée avec les éditeurs de services tels que les youtubeurs afin d'éviter qu'ils ne soient tentés de se retrancher derrière une personne chargée de la responsabilité éditoriale dans un autre Etat pour se soustraire à la régulation en Belgique[138].

Pour finir, ces articles gardent toute leur importance puisqu'ils possèdent indéniablement un effet dissuasif. Suite à l'arrêt *New Media Online*, il a été reconnu que le site internet d'un éditeur de presse écrite peut se voir soumis à la régulation pour sa rubrique vidéo. Certains de ces groupes de presse pourraient refuser de se soumettre à la règlementation applicable aux SMA. La menace d'une sanction prendrait alors tout son sens.

---

[136] G. DE BUEGER, J. JOST, C. VANHERCK (sous la direction de), *L'accès aux médias audiovisuels : plateformes & enjeux*, CSA, Bruxelles, 2016, p. 90 ;
[137] N. THEBEN, responsable de l'unité télévision au CSA, entretien téléphonique en date du 22 mars 2017 ;
[138] N. THEBEN, responsable de l'unité télévision au CSA, entretien téléphonique en date du 22 mars 2017.

## V.- LA FUTURE RÉVISION DE LA DIRECTIVE SMA : QUEL EST L'AVENIR DE L'ENCADREMENT JURIDIQUE DE L'AUDIOVISUEL EN EUROPE ?

Pour conclure cette contribution, nous allons nous concentrer sur la proposition de révision de la directive publiée le 25 mai 2016 par la Commission européenne afin de voir dans quelle mesure celle-ci est une réponse au fossé qui s'est creusé entre les SMA et l'audiovisuel sur internet.

Tout d'abord, les enseignements de l'arrêt *New Media Online* sont intégrés à la proposition de directive. La définition du SMA énoncera qu'il est un service « pour lequel l'objet principal du service proprement dit ou d'une partie dissociable de ce service est la fourniture de programmes ». De la même manière, la définition de programme comprend les « vidéos de courte durée ». La Commission ouvre donc la porte de manière explicite à la régulation de médias tels que les chaines *Youtube*.

Ensuite, la nouvelle directive définit désormais les plateformes de partage en son article 1er. Bien qu'on puisse saluer l'initiative de prendre en compte les plateformes de partage vidéo, les mesures envisagées restent néanmoins timides puisque le nouveau chapitre IX *bis* de la directive prévoit que ces plateformes ne seront soumises qu'aux obligations relatives aux contenus haineux et à la protection des mineurs. La proposition de directive prend d'ailleurs la judicieuse mesure de supprimer la distinction qui existait entre les SMA linéaires et non linéaires en ce qui concerne la protection des mineurs.

Dans sa proposition de directive, la Commission conserve le principe du *home country control* qui lui est cher. Les critères de rattachement primaires du nouvel article 2 sont simplifiés mais la Commission ne définit toujours pas la notion centrale de « décisions éditoriales » ni de lieu « où opère la majeure partie des effectifs employés aux activités ». Comme le souligne le CSA, dans une hypothèse de contournement d'une législation plus stricte, un SMA non linéaire pourrait se voir soumis à l'obligation de financement du nouvel article 20 dans le pays de réception. Cette disposition ne concerne néanmoins que les services non linéaires et une seule facette de la régulation[139].

En matière de droit d'auteur, rien n'est envisagé par la proposition de directive. Peut-être la Commission est-elle encore attachée à une image surannée de ce qu'est un SMA ? Une solu-

[139] Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, « Les services de médias audiovisuels qui ciblent spécifiquement la Belgique (FWB) doivent être soumis aux mêmes règles que ceux qui y sont installés », 25 octobre 2016, disponible sur http://csa.be/breves/1063.

tion serait peut-être d'imposer dans la nouvelle directive ou dans la directive sur le droit d'auteur à toutes personnes revêtant la qualité d'éditeur de services l'obligation de rétribuer les auteurs en cas de communication au public d'une œuvre. Cela nécessiterait néanmoins de réviser la directive 2001/29. On peut également se demander si la communication au public au moyen d'un hyperlien dans le contexte particulier d'un SMA ne serait pas une communication à un « nouveau public » dans la mesure où l'auteur n'aurait pu prendre en compte ce public commercial lors de la mise à disposition initiale ?

Concernant les communications commerciales, le constat est par contre ahurissant. D'abord, la proposition de directive continue à faire une différence entre les services linéaires et non linéaires pour l'application de la règle quantitative. Ensuite, le nouvel article 23 de la directive permettra aux éditeurs d'un SMA de ventiler les 20% de publicité journalière entre 07h et 23h. A cela s'ajoute le nouvel article 20 qui permet d'augmenter la fréquence des coupures publicitaires. Enfin, les règles relatives au parrainage seront assouplies. La conséquence directe de ces modifications pour le téléspectateur sera une avalanche publicitaire aux heures de grande écoute. La Commission répond ici aux problèmes concurrentiels posés aux éditeurs de SMA linéaires par les plateformes de partage vidéo. Cependant, il eût été plus opportun d'y répondre en imposant plutôt une règle quantitative aux SMA non linéaires. Les publicitaires peuvent se réjouir, la télévision européenne se dirige vers un modèle publicitaire à l'américaine.

Il semble que, malgré de bonnes intentions, la Commission soit restée au milieu du gué avec cette proposition de directive. On se demande pourquoi la Commission s'escrime à maintenir une différence de régime entre les services linéaires et non linéaires alors que les services non linéaires gagnent en importance. Supprimer cette distinction serait un premier pas vers une meilleure régulation du contenu audiovisuel sur internet. En utilisant l'instrument de la directive, les disparités de législations restent inévitables. A titre d'exemple, pour le seul territoire de la Belgique les règles applicables en matière de communications commerciales varient d'une Communauté à l'autre, ce qui est malaisé pour un service sur internet qui a vocation à s'adresser à l'ensemble des Communautés. Etant donné l'importance des enjeux sociétaux et les problèmes qui restent sans solution malgré la proposition de directive, peut-être le recours au règlement est-il nécessaire ?

# VI.- BIBLIOGRAPHIE

## A.- LEGISLATION


- Arrêté du gouvernement de la Communauté française du 14 mai 2009 fixant le modèle de déclaration des services télévisuels, *M.B*., 25 août 2009 ;
- Arrêté du gouvernement de la Communauté française du 21 février 2013 relatif à la protection des mineurs contre les programmes télévisuels susceptibles de nuire à leur épanouissement physique mental ou moral, *M.B*., 11 mars 2013 ;
- Code des sociétés du 9 mai 1999*, M.B.,* 6 août 1999 ;
- Code de droit économique du 28 février 2013, *M.B.,* 29 mars 2013 ;
- Décret de la Communauté germanophone du 27 juin 2005 sur les services de médias audiovisuels et les représentations cinématographiques, *M.B.*, 6 septembre 2005 ;
- Décret du Parlement flamand du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision, *M.B.,* 30 avril 2009 ;
- Décret coordonné de la Communauté française du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels, *M.B.,* 24 juillet 2009 ;
- Directive (CE) n° 98/32 du Parlement européen et du Conseil du 22 juin 1998 prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et réglementations techniques, *J.O.C.E*, L.204, 21 juillet 1998, p. 37-98 ;
- Directive (CE) n°2000/31 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, *J.O.C.E.*, L.178, 17 juillet 2000, p. 1-16 ;
- Directive (CE) n°2001/29 du Parlement européen et du Conseil du 22 mai 2001 sur l'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information, *J.O.C.E*., L.167, 22 juin 2001, p. 10-19 ;
- Directive (CE) n°2002/21 du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à un cadre règlementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques (directive «cadre»), *J.O.C.E*., L.108, 24 avril 2002, p. 33-50 ;
- Directive (CE) n°2004/48 du Parlement européen et du Conseil du 29 avril 2004 relative aux mesures et procédures visant à assurer le respect des droits de propriété intellectuelle, *J.O.U.E*., L.157, 30 avril 2004, p. 45-86 ;
- Directive (UE) n°2010/13 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, *J.O.UE*., L.195/1, 15 avril 2010, p. 1-24 ;
- Décision de la Commission européenne du 3 février 2014 instituant le groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels, C(2014) 462 final ;

- Proposition de directive du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 2010/13/UE visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels, compte tenu de l'évolution des réalités du marché, COM(2016) 287 final.

## B.- JURISPRUDENCE

- C. Arb., 14 juillet 2004, n° 132/2004
- Cass. (1re ch.), 31 octobre 2013, *Pas*., 2013, p. 2114, R.G. n° C. 12.0263 N, n°569
- Cass. (2e ch), 24 juin 2015, *JT*., 2016, p.144, R.G. n°P.15.0194.F
- C.J.C.E., 26 avril 1988, *Bond van Adverteerders / État néerlandais*, C-352/85, EU:C:1988:196
- C.J.U.E., 14 juillet 2005, *Lagardère Active Broadcast*, C-192/04, EU:C:2005:475
- C.J.U.E., 7 décembre 2006, *SGAE*, C-306/05, EU:C:2006:764
- C.J.U.E., 16 juillet 2009, *Infopaq*, C-5/08, EU:C:2009:465
- C.J.U.E., 1er décembre 2011, *Painer*, C-145/10, EU:C:2011:798
- C.J.U.E., 16 février 2012, *SABAM*, C-360/10, EU:C:2012:85
- C.J.U.E., 13 février 2014, *Svensson e.a*., C-466/12, EU:C:2014:76
- C.J.U.E., 21 octobre 2014, *BestWater International*, C-348/13, EU:C:2014:2315
- C.JU.E., 26 mars 2015, *C More Entertainment*, C-279/13, EU:C:2015:199
- C.J.U.E, 21 octobre 2015, *New Media Online*, C-347/14, EU:C:2015:709
- C.J.U.E., 19 novembre 2015, *SBS Belgium*, C-325/14, EU:C:2015:764
- C.J.U.E., 17 février 2016, *Sanoma Media Finland - Nelonen Media*, C-314/14, EU:C:2016:89
- C.J.U.E., 8 septembre 2016, *GS MEDIA*, C-160/15, EU:C:2016:644

## C.- DOCTRINE

- BENHAMOU, F., PELTIER, S., « Le droit d'auteur, incitation à la création ou frein à la diffusion ? », *revue d'économie industrielle*, n°135, 3ème trimestre 2011, pp. 47 et s. ;
- CABRERA BLAZQUEZ F-J., CAPPELLO M., GRECE C., VALAIS S., « Le respect du droit d'auteur en ligne : politiques et mécanismes », *IRIS Plus*, 2015 ;
- CABRERA BLÁZQUEZ, F.J., « La réforme de la directive « Services de medias audiovisuels » » *Le droit de la régulation audiovisuelle et le numérique*, sous la direction BLOUD-REY, C. et MENURET, J-JAC., Collection Droit des technologies, Bruxelles, Larcier, 2016, p. 217 et s. ;

- CABRERA BLÁZQUEZ, F.J., CAPPELLO, M., FONTAINE, G., VALAIS, S., « Services à la demande et champ d'application matériel de la Directive SMAV », *IRIS Plus*, 2016 ;
- CANNIE, H., « Belgique : Approbation du nouveau décret relatif aux médias flamands », *IRIS Observations juridiques de l'Observatoire européen de l'audiovisuel*, 2009/5, pp.1 et s. ;
- CAPPELLO, M., « La protection des mineurs dans un paysage médiatique en pleine convergence », *IRIS plus*, 2015 ;
- CASSIERS, V., « Télévision sur Internet : les prestataires de services en ligne ont perdu la bataille Ont-ils perdu la guerre ? », *R.D.T.I.*, n°58/2015, pp. 74 et s. ;
- CHATRY, S. (sous la direction de), *La régulation d'internet : regards croisés de droit de la concurrence et de droit de la propriété intellectuelle : actes de colloque*, Paris, éditions Mare et Martin, 2015 ;
- COLIN, C., *Droit d'utilisation des œuvres : thèse de doctorat soutenue à l'Université Paris-Sud XI le 16 septembre 2008*, Coll. Collection du CRIDS, Bruxelles, Larcier, 2012. ;
- CRUQUENAIRE, A., DELNOOZ, F., HALLEMANS, S., KER, C., MICHAUX, B., « Droits intellectuels », *R.D.T.I.*, 2015/2-3, n° 59, pp. 38 et s. ;
- D'HAENENS, L., ANTOINE F., SAEYS F., « BELGIUM Two Communities with Diverging Views on How to Manage Media Diversity », *The international communication Gazette*, Vol. 71, n° 1-2, 2009, pp. 53 et s. ;
- DE BUEGER, G., JOST, J., VANHERCK, C. (sous la direction de), *L'accès aux médias audiovisuels : plateformes & enjeux*, Bruxelles, CSA, 2016 ;
- DE VISSCHER, F., MICHAUX, B., *Précis du droit d'auteur et des droits voisins*, Bruxelles, Bruylant, 2002 ;
- DEHOUSSE, F., VERBIEST, T., ZGAJEWSKI, T., *Introduction au droit de la société de l'information,* Collection Droit des technologies, Bruxelles, Larcier, 2007 ;
- DERIEUX, F., « Directive Services de médias audiovisuels et localisation des services », *La directive services de médias audiovisuels – Le nouveau cadre juridique de l'audiovisuel européen,* sous la direction de JONGEN, F., Anthemis, Limal, 2010, pp. 11 à 28 ;
- DOQUIR, P-F., HANOT, M (sous la direction de), *Nouveaux écrans, Nouvelle régulation ?* , Collection Droit des Technologies, Bruxelles, Larcier, 2013 ;
- DULONG DE ROSNAY, M., *Les golems du numérique : droit d'auteur et Lex Electronica*, Paris, Presses de Mines-Transvalor, 2016 ;
- DUMONT, C., « Le conseil supérieur de l'audiovisuel, une autorité de régulation indépendante », *Courier Hebdomadaire du CRISP*, 2010/9 (n° 2054-2055), pp. 5 et s. ;
- GSTALTER, J., *Droit de la concurrence et droits de propriété intellectuelle : Les nouveaux monopoles de la société de l'information*, Collection Competition Law/Droit de la concurrence, Bruxelles, Bruylant, 2012 ;
- JONGEN, F. (sous la direction de), *La directive services de médias audiovisuels - Le nouveau cadre juridique de l'audiovisuel européen*, Anthemis, Limal, 2010 ;
- LARDINOIS, J.-CHR., *Les contrats commentés de l'industrie audiovisuelle,* Collection Création information communication pratique, Bruxelles, Larcier, 2015 ;
- LEFEBVRE, A., « La transposition de la directive «Services de médias audiovisuels» en Communauté française de Belgique », *R.D.T.I.*, 2009, pp. 63 et s. ;
- LEVRIER, P., « la télévision connectée », *réalités industrielles*, mai 2013, pp. 29 et s. ;
- NIKOLTCHEV, S., « L'influence des nouvelles technologies sur le droit d'auteur », *IRIS*

*plus* 2014-4. ;
- PONCELET, B., *Le grand théâtre numérique*, Coll. Mobilisations sociales, Seraing, CDGAI, 2016 ;
- SCARAMOZZINO, E., *La Télévision européenne face à la TV.2.0 ?,* Collections Europe(s) , Bruxelles, Larcier, 2012 ;
- SCHEUER, A., « La convergence des terminaux, plateformes et services de médias audiovisuels », *Iris Plus*, 2013-3, pp. 7 et s. ;
- SCHMIDT, G., « BestWater: framing no 'communication to the public' », *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 2015, Vol. 10, No. 2, pp. 82 et s. ;
- SCHOEFS R., « La télévision connectée: défis juridictionnels dans un environnement médiatique convergent », *R.D.T.I.*, 2014, pp. 5 et s. ;
- SCHULZ, W., HEILMANN, ST., « La responsabilité éditoriale », *IRIS Spécial de l'Observatoire européen de l'audiovisue*l, 2008 ;
- SIBONY, A-L., PIRONT, C., « RTL-TVi et Club RTL peuvent-ils être diffusés en Belgique sans l'autorisation du CSA belge ? Ou comment contourner une législation nationale grâce à la directive « Télévision sans frontières ». », *J.LM.B.*, 2010/3, pp. 113 et s. ;
- SORIANO, S., « quelle régulation pour quelle plateforme », *réalités industrielles*, mai 2016, pp. 47et s. ;
- STROWEL, A., « La Cour de justice confirme qu'établir un hyperlien ne constitue pas une «communication au public», mais ne clarifie rien quant aux conditions implicites de son raisonnement à propos de l'ordonnance *BestWater* et de l'arrêt *C-More Entertainment », A&M.,* 2015-2, pp. 176 et s. ;
- STROWEL, A., «établir un hyperlien ne constitue pas une «communication au public» selon la Cour de justice de l'Union européenne », *A&M.*, 2014/3-4, pp. 228 et s. ;
- TSOUTSANIS A., « Why copyright and linking can tango », *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 2014, Vol. 9, No. 6, pp. 495 et s. ;
- VABRABANT, B., *Introduction au droit de la propriété intellectuelle,: syllabus*, Liège, ULG, 2015 ;
- VAN REEPINGHEN, L., DE CLERCQ, C., « Les hyperliens sur internet : lorsque l'ubiquité de la toile vient au secours du droit d'auteur », *J.T.*, 2016/9, pp. 144 et s ;
- VERCKEN, G., « Le référencement en ligne : aspects de propriété intellectuelle » sous la direction de CHATRY, S., *La régulation d'internet : regards croisés de droit de la concurrence et de droit de la propriété intellectuelle : actes de colloques*, Paris, éditions Mare et Martin, 2015 ;
- VOORHOOF, D., « Belgique : Nouvelle autorité de régulation des médias *», IRIS Observations juridiques de l'Observatoire européen de* l'audiovisuel, 2006/4-12, p. 1.

## D.- COMMUNICATIONS

- Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 17 décembre 2009 relative au placement de produit ;
- Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des services de médias audiovisuels ;

- Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 20 février 2014 relative à la protection des mineurs ;
- Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Recommandation du 12 novembre 2015 relative aux communications commerciales sur les plateformes Internet ;
- Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Services sur plateformes internet et services à la demande – bilan transversal 2014, 17 décembre 2015 ;
- Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), « Réponse du conseil supérieur de l'audiovisuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles à la consultation de la Commission Européenne sur la directive « SMA » », 2015 ;
- Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Formulaire de déclaration pour un service Web TV (non linéaire) ou service de VOD sur internet ;
- Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Formulaire de déclaration pour l'édition d'un service télévisuel (linéaire) ;
- Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA), Synthèse et conclusions du rapport de l'ERGA sur la compétence territoriale, 2016
- VOSTERS, D. (éd), *La protection des mineurs par les régulateurs des médias : Boite à outils N°2 du REFRAM*, Bruxelles, REFRAM, 2014, p. 50


## E.- SITES INTERNET


- http://www.medienrat.be
- http://merlin.obs.coe.int
- http://www.csa.be
- http://www.csa.be/breves/1062
- http://www.csa.be/breves/1065
- http://www.jep.be
- http://www.lenumeriquepourtous.csa.be
- http://www.obs.coe.int
- http://www.vlaamseregulatormedia.be
- https://ec.europa.eu/audiovisual-regulators

# VII.- ANNEXES

## A.- FORMULAIRES DE DECLARATION AUPRES DU CSA[140]

### *1) Formulaire de déclaration pour l'édition d'un service télévisuel*

**FORMULAIRE DE DECLARATION POUR L'EDITION D'UN SERVICE TELEVISUEL**

**1. Identification de l'éditeur du service télévisuel (article 38 et article 2 du décret)**

Donner :

- la dénomination du service télévisuel à déclarer
- la dénomination de l'éditeur de ce service
- la forme juridique de l'éditeur de ce service
- le nom et la fonction du représentant légal de l'éditeur de ce service
- l'adresse du ou des lieux où opèrent les employés aux activités du service télévisuel de l'éditeur et, le cas
- échéant, la proportion des employés opérant sur chaque lieu
- l'adresse du lieu où sont prises les décisions éditoriales de l'éditeur relatives à ce service télévisuel
- le numéro de téléphone général
- le site internet du service télévisuel ou de l'éditeur de ce service
- le nom et la fonction d'une personne de contact
- le numéro de téléphone de la personne de contact
- l'adresse courriel de la personne de contact

S'il s'agit d'une personne morale, donner :
- le numéro d'entreprise
- une copie des statuts de l'éditeur de ce service
- l'adresse du siège social
- l'adresse du siège d'exploitation (si elle diffère de celle du siège social)

[140] Formulaires de déclaration disponibles sur le site du CSA.

S'il s'agit d'une personne physique, donner :

- le cas échéant, le numéro d'entreprise
- une copie de la carte d'identité et du document délivré simultanément portant notamment l'adresse du domicile légal
- l'adresse du domicile légal
- l'adresse de résidence de l'activité (si elle diffère du domicile légal)

**2. Structure de propriété de l'éditeur du service télévisuel (article 38 et article 6 du décret)**

2.1. Si l'éditeur du service télévisuel est constitué en société commerciale, identifier chaque personne physique ou morale participant au capital de la société et le niveau de sa participation de la manière suivante :

- Dénomination et statuts
- Nom et fonction du représentant légal
- Adresse du siège social
- Adresse du siège d'exploitation (si celle-ci diffère de celle du siège social)
- Part et montant du capital détenu :
- Droit de vote (attaché aux actions)

Si l'éditeur du service télévisuel est constitué en association sans but lucratif, identifier chaque personne physique ou morale qui est membre de l'association de la manière suivante :

- Dénomination et statuts
- Nom et fonction du représentant légal
- Adresse du siège social
- Adresse du siège d'exploitation (si celle-ci diffère de celle du siège social)

Le cas échéant, identifier la ou les entreprises qui établissent et publient des comptes consolidés dans lesquels les comptes annuels de l'éditeur du service télévisuel sont/seront intégrés par consolidation globale ou partielle :

- Dénomination et statuts
- Adresse du siège social

Si l'éditeur du service télévisuel fait partie d'un groupe d'entreprises, donner :

- La dénomination et statuts de la société mère
- L'adresse du siège social de la société mère

2.2. S'il s'agit d'une personne morale, décrire les activités de l'éditeur du service télévisuel dans le secteur des médias audiovisuels et dans les autres secteurs des médias en donnant notamment une information sur les intérêts détenus directement par l'éditeur du service télévisuel dans ces secteurs ou indirectement aux travers de filiales ou sociétés affiliées. Dans ce cadre, donner :

- La description des activités propres de l'éditeur du service télévisuel

- Pour chacun des intérêts détenus (y compris via les filiales ou sociétés affiliées) dans le secteur des médias audiovisuels :
  - la dénomination et statuts de la société dans laquelle des intérêts sont détenus
  - l'adresse du siège social
  - l'adresse du siège d'exploitation (si elle diffère de celle du siège social)
  - La description de l'activité
  - La part et le montant du capital détenu
  - Le droit de vote (attaché aux actions)

- Pour chacun des intérêts détenus (y compris via les filiales ou sociétés affiliées) dans les autres secteurs des médias :
  - la dénomination et statuts de la société dans laquelle des intérêts sont détenus
  - l'adresse du siège social
  - l'adresse du siège d'exploitation (si elle diffère de celle du siège social)
  - la description de l'activité
  - la part et le montant du capital détenu
  - Droit de vote (attaché aux actions)

2.3. Décrire les activités de chacun des actionnaires ou membres de l'éditeur du service télévisuel dans le secteur des médias audiovisuels et dans les autres secteurs des médias en donnant notamment une information sur les intérêts détenus directement par ceux-ci dans ces différents secteurs ou indirectement au travers de filiales ou sociétés affiliées. Dans ce cadre, donner, pour chacun des actionnaires ou membres :

- La description de leurs activités propres

- Pour chacun des intérêts détenus (y compris via les filiales ou sociétés affiliées) dans le secteur des médias audiovisuels :
  - la dénomination et statuts de la société dans laquelle des intérêts sont détenus
  - l'adresse du siège social
  - l'adresse du siège d'exploitation (si elle diffère de celle du siège social)
  - La description de l'activité
  - La part et le montant du capital détenu
  - Le droit de vote (attaché aux actions)

- Pour chacun des intérêts détenus (y compris via les filiales ou sociétés affiliées) dans les autres secteurs des médias :
  - la dénomination et statuts de la société dans laquelle des intérêts sont détenus
  - l'adresse du siège social
  - l'adresse du siège d'exploitation (si elle diffère de celle du siège social)
  - la description de l'activité
  - la part et le montant du capital détenu
  - Droit de vote (attaché aux actions)

- Pour chacun des actionnaires de l'actionnaire ou du membre :
  - La dénomination et forme juridique
  - L'adresse du siège social
  - la part et le montant du capital détenu
  - Droit de vote (attaché aux actions)

2.4 Le cas échéant, identifier les personnes physiques ou morales œuvrant dans des activités de fourniture de ressources qui interviendront de manière significative dans la mise en œuvre des programmes du service télévisuel. Dans ce cadre, donner pour chacun des fournisseurs :

- La dénomination et la forme juridique
- L'adresse du siège social
- L'adresse du siège d'exploitation (si celle-ci diffère de celle du siège social)
- La description de l'activité
- L'évaluation de la dépense à l'égard de ce fournisseur et la part qu'elle représente dans le coût total du poste budgétaire concerné pour le service télévisuel

## 3. Plan financier (article 38 du décret)

Présenter un plan financier établi sur 3 ans en mettant clairement en évidence le mode de financement du service télévisuel.

## 4. Nature et description du service télévisuel (article 38 du décret)

4.1. Décrire les orientations générales qui président à l'élaboration du service télévisuel et le public cible.

Présenter :

- S'il s'agit d'un service télévisuel linéaire, un projet de grille hebdomadaire des programmes en identifiant et explicitant leurs thématiques (ex : JT, magazine d'information, sports, musiques, fictions, documentaires, etc.) et en précisant dans la grille la durée de diffusion réservée à chacune de ces thématiques.

- S'il s'agit d'un service télévisuel non linéaire, un projet de structure du catalogue de programmes en identifiant et explicitant les thématiques (ex : JT, magazine d'information, sports, musiques, fictions, documentaires, action, etc.).

4.2. Si l'éditeur du service télévisuel entend faire de l'information :

- expliquer les intentions en matière de ligne rédactionnelle et de traitement de l'information
- si le service télévisuel est distribué via une plateforme de distribution fermée (article 36 du décret) :

- o donner une indication sur l'organisation de la rédaction et sur le nombre de journalistes professionnels qui sont ou seront engagés;
- o présenter un projet de règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information et toute information relative à la reconnaissance éventuelle d'une société interne de journalistes.

4.3. Indiquer si le service télévisuel comprendra du télé-achat (article 31 et 51 du décret).

Si oui, donner :

- s'il s'agit d'un service télévisuel linéaire, la durée de diffusion quotidienne qui devrait être consacrée aux programmes de télé-achat en identifiant quelle est la part consacrée aux rediffusions
- une indication sur le type de produits et de services qui seront proposés

S'il s'agit d'un service télévisuel uniquement dédié au télé-achat, indiquer si une autorisation pour la diffusion de publicité dans ce service est demandée au Collège d'autorisation et de contrôle du CSA.

4.4. S'il s'agit d'un service télévisuel linéaire, indiquer si ce service a, par nature, pour objet de proposer exclusivement ou principalement des œuvres non européennes (article 44 du décret).

S'il s'agit d'un service télévisuel non linéaire, décrire comment l'éditeur de ce service entend mettre en valeur les œuvres européennes, en ce compris les œuvres originales d'auteurs relevant de la Communauté française, présentes dans le catalogue (article 46 du décret).

4.5. Présenter toute information démontrant que l'éditeur du service télévisuel a mis en œuvre les procédures destinées à respecter la législation sur le droit d'auteur et les droits voisins (article 35 du décret).

**5. Distribution du service télévisuel (article 38 du décret)**

Décrire le mode de transmission envisagé pour la distribution du service télévisuel (par l'Internet, directement par le câble, par un autre moyen….) et la marche à suivre par l'utilisateur pour accéder à chacune de ces plateformes.

Donner les coordonnées (dénomination, adresse du siège d'exploitation, numéro de téléphone et nom d'une personne de contact) du ou des distributeurs de services auprès desquels l'éditeur envisage de mettre à disposition son service télévisuel et préciser dans

quel type d'offre (offre de base, bouquet thématique, etc.) le service télévisuel sera repris par chaque distributeur.

Donner la ou les dates auxquelles la distribution du service télévisuel devrait débuter.

**6. Exercice de la fonction de distributeur du service télévisuel par l'éditeur de ce service (article 38 du décret)**

Si l'éditeur du service télévisuel est lui-même distributeur de ce service, donner les modalités de commercialisation de ce service : mode de consommation (abonnement, paiement à la séance, etc.) et tarification.

**7. Contribution à la production d'œuvres audiovisuelles (article 41 du décret)**

Indiquer sous quelle forme l'éditeur du service télévisuel entend, pour sa première année d'activité, contribuer à la production d'œuvres audiovisuelles :

- soit sous la forme d'un versement au Centre du cinéma et de l'audiovisuel;
- soit sous la forme de coproduction ou de pré-achat d'œuvres audiovisuelles.

| |
|---|
| Veuillez noter que toute modification des éléments inscrits dans la déclaration originelle doit être préalablement notifiée par lettre recommandée au Collège d'autorisation et de contrôle. |

## 2) *Formulaire de déclaration pour un SMA sur internet*

**FORMULAIRE DE DECLARATION**

**Web TV (non linéaire) ou service de VOD sur internet**

**Ce formulaire concerne la déclaration des services télévisuels non linéaires (« à la demande ») distribués sur internet.**

**Veuillez effectuer votre déclaration par envoi postal et recommandé auprès du Collège d'autorisation et de contrôle du CSA pour le service que vous entendez éditer.**

**Dans le mois de la réception de la déclaration, le Collège d'autorisation et de contrôle accuse réception de la déclaration.**

**1. Identification de l'éditeur du service télévisuel (article 38 et article 2 du décret)**

Donner :

- la dénomination du service télévisuel à déclarer
- la dénomination de l'éditeur de ce service
- la forme juridique de l'éditeur de ce service
- le nom et la fonction du représentant légal de l'éditeur de ce service
- l'adresse du ou des lieux où opèrent les employés aux activités du service télévisuel de l'éditeur
- le cas échéant, la proportion des employés opérant sur chaque lieu
- l'adresse du lieu où sont prises les décisions éditoriales de l'éditeur relatives à ce service télévisuel
- le numéro de téléphone général
- le site internet du service télévisuel ou de l'éditeur de ce service
- le nom et la fonction d'une personne de contact
- le numéro de téléphone de la personne de contact
- l'adresse courriel de la personne de contact

S'il s'agit d'une personne morale, donner :
- le numéro d'entreprise
- une copie des statuts de l'éditeur de ce service
- l'adresse du siège social
- l'adresse du siège d'exploitation (si elle diffère de celle du siège social)

S'il s'agit d'une personne physique, donner :
- le cas échéant, le numéro d'entreprise
- une copie de la carte d'identité et du document délivré simultanément portant notamment l'adresse du domicile légal
- l'adresse du domicile légal
- l'adresse de résidence de l'activité (si elle diffère du domicile légal)

**2. Structure de propriété de l'éditeur du service télévisuel (article 38 et article 6 du décret)**

**Si vous éditez par ailleurs un autre service de médias audiovisuels préalablement déclaré au CSA, les rubriques 2.1, 2.2. et 2.3. ne doivent pas être complétées. Veuillez uniquement y indiquer les éventuels changements.**

2.1. Si l'éditeur du service télévisuel est constitué en **société commerciale**, identifier chaque personne physique ou morale participant au capital de la société et le niveau de sa participation de la manière suivante :

- Nom et prénom (personnes physiques) ou dénomination et statuts (personnes morales)
- Nom et fonction du représentant légal (personnes morales)
- Domicile (personnes physiques) ou adresse du siège social (personnes morales)
- Adresse du siège d'exploitation si celle-ci diffère de celle du siège social (personnes morales)
- Part et montant du capital détenu :
- Droit de vote (attaché aux actions)

Si l'éditeur du service télévisuel est constitué en **association sans but lucratif**, identifier chaque personne physique ou morale qui est membre de l'association de la manière suivante :

- Nom et prénom (personnes physiques) ou dénomination et statuts (personnes morales)
- Nom et fonction du représentant légal (personnes morales)
- Domicile (personnes physiques) ou adresse du siège social (personnes morales)
- Adresse du siège d'exploitation si celle-ci diffère de celle du siège social (personnes morales)

Le cas échéant, identifier la ou les entreprises qui établissent et publient des comptes consolidés dans lesquels les comptes annuels de l'éditeur du service télévisuel sont/seront intégrés par consolidation globale ou partielle :

- Dénomination et statuts
- Adresse du siège social

Si l'éditeur du service télévisuel fait partie d'un **groupe d'entreprises**, donner :

- La dénomination et statuts de la société mère
- L'adresse du siège social de la société mère

2.2. S'il s'agit d'une personne morale, décrire les **activités de l'éditeur du service télévisuel** dans le secteur des médias audiovisuels et dans les autres secteurs des médias en donnant notamment une information sur les intérêts détenus directement par l'éditeur du service télévisuel dans ces secteurs ou indirectement aux travers de filiales ou sociétés affiliées.

Dans ce cadre, donner :

- La description des activités propres de l'éditeur du service télévisuel

- Pour chacun des intérêts détenus (y compris via les filiales ou sociétés affiliées) dans le secteur des médias audiovisuels :
  - la dénomination et statuts de la société dans laquelle des intérêts sont détenus
  - l'adresse du siège social
  - l'adresse du siège d'exploitation (si elle diffère de celle du siège social)
  - La description de l'activité
  - La part et le montant du capital détenu
  - Le droit de vote (attaché aux actions)

- Pour chacun des intérêts détenus (y compris via les filiales ou sociétés affiliées) dans les autres secteurs des médias :
  - la dénomination et statuts de la société dans laquelle des intérêts sont détenus
  - l'adresse du siège social
  - l'adresse du siège d'exploitation (si elle diffère de celle du siège social)
  - la description de l'activité
  - la part et le montant du capital détenu

- Droit de vote (attaché aux actions)

2.3. Décrire les **activités de chacun des actionnaires ou membres** de l'éditeur du service télévisuel dans le secteur des médias audiovisuels et dans les autres secteurs des médias en donnant notamment une information sur les intérêts détenus directement par ceux-ci dans ces différents secteurs ou indirectement au travers de filiales ou sociétés affiliées.

Dans ce cadre, donner pour chacun des actionnaires ou membres :

- La description de leurs activités propres

- Pour chacun des intérêts détenus (y compris via les filiales ou sociétés affiliées) dans le secteur des médias audiovisuels :
  - la dénomination et statuts de la société dans laquelle des intérêts sont détenus
  - l'adresse du siège social
  - l'adresse du siège d'exploitation (si elle diffère de celle du siège social)
  - La description de l'activité
  - La part et le montant du capital détenu
  - Le droit de vote (attaché aux actions)

- Pour chacun des intérêts détenus (y compris via les filiales ou sociétés affiliées) dans les autres secteurs des médias :
  - la dénomination et statuts de la société dans laquelle des intérêts sont détenus
  - l'adresse du siège social
  - l'adresse du siège d'exploitation (si elle diffère de celle du siège social)
  - la description de l'activité
  - la part et le montant du capital détenu
  - Droit de vote (attaché aux actions)

- Pour chacun des actionnaires de l'actionnaire ou du membre :
  - La dénomination et forme juridique
  - L'adresse du siège social
  - la part et le montant du capital détenu
  - Droit de vote (attaché aux actions)

2.4 Le cas échéant, identifier les personnes physiques ou morales œuvrant dans des activités de fourniture de ressources qui interviendront de manière significative dans la mise en œuvre des programmes du service télévisuel. Dans ce cadre, donner pour chacun des **fournisseurs** :

- La dénomination et la forme juridique
- L'adresse du siège social
- L'adresse du siège d'exploitation (si celle-ci diffère de celle du siège social)
- La description de l'activité
- L'évaluation de la dépense à l'égard de ce fournisseur et la part qu'elle représente dans le coût total du poste budgétaire concerné pour le service télévisuel

**3. Plan financier (article 38 du décret)**

Présenter un plan financier établi sur 3 ans. Pour cela, veuillez préciser :

- le(s) mode(s) de financement du service télévisuel et pour quel(s) montant(s)

- les éventuelles recettes brutes facturées (commissions et surcommissions non déduites) pour l'insertion de publicité et de parrainage

- les autres recettes brutes, sans aucune déduction, induites par la mise à disposition du service par l'éditeur contre rémunération (recettes brutes engendrées par le contenu des programmes, etc)

Veuillez également détailler si une rubrique relative aux rémunérations à verser aux auteurs et autres ayants droit est prévue en application des accords conclus. En cas de conflit ou d'impossibilité durable de conclure de tels accords, mentionner dans le plan financier les provisions prévues des sommes contestées compte tenu des risques connus.

**Note explicative**

A partir de 300 000 euros (indexés) de chiffre d'affaires généré par le service déclaré, l'article 41 du décret prévoit une contribution à la production audiovisuelle. Les informations que vous communiquez ici permettent d'évaluer si la contribution à la production audiovisuelle, prévue à l'article 41 du décret sur les services de médias audiovisuels, est applicable au service. Un courrier de l'administration de la Fédération Wallonie Bruxelles vous informera également à ce propos suite à votre déclaration.

**4. Nature et description du service télévisuel (article 38 du décret)**

4.1. Décrire les orientations générales qui président à l'élaboration du service télévisuel et le public cible.

Présenter un projet de structure du catalogue de programmes en identifiant et explicitant les thématiques (ex : JT, magazine d'information, sports, musiques, fictions, documentaires, action, etc.).

4.2. Si l'éditeur du service télévisuel entend faire de l'information, veuillez expliquer les intentions en matière de ligne rédactionnelle et de traitement de l'information

4.3. Indiquer si le service télévisuel comprendra du télé-achat (article 31 et 51 du décret).
Si oui, donner, veuillez donner une indication sur le type de produits et de services qui seront proposés

S'il s'agit d'un service télévisuel uniquement dédié au télé-achat, indiquer si une autorisation pour la diffusion de publicité dans ce service est demandée au Collège d'autorisation et de contrôle du CSA.

4.4. Veuillez décrire comment l'éditeur du service non linéaire entend mettre en valeur les œuvres européennes, en ce compris les œuvres originales d'auteurs relevant de la Communauté française, présentes dans le catalogue (article 46 du décret).

4.5. Présenter toute information démontrant que l'éditeur du service télévisuel a conclu les accords nécessaires avec les auteurs et autres ayants droit concernés ou leurs sociétés de gestion collective lui permettant de respecter la législation sur le droit d'auteur et les droits voisins. En cas de conflit ou d'impossibilité durable de conclure de tels accords, préciser les dispositions prises afin de provisionner les sommes contestées en tenant compte des risques connus (article 35 du décret).

**5. Distribution du service télévisuel (article 38 du décret)**

5.1. Si un autre mode de transmission que l'internet est envisagé pour la distribution du service télévisuel (par exemple par le câble, une application pour smartphone, une application pour tablette,....), énumérer ces différentes déclinaisons et indiquer si elles ont fait ou vont faire l'objet d'une déclaration distincte.

**Note explicative**

Conformément au décret et à la recommandation du CSA du 29 mars 2012 relative au périmètre de la régulation des services de médias audiovisuels, il est nécessaire de faire auprès du CSA une **déclaration individuelle** pour chacune des déclinaisons si elles répondent à des **régimes juridiques différents** (par exemple une déclinaison sur le câble ou IPTV et une déclinaison sur internet, un service linéaire (en « flux ») et un service non linéaire (vod),...).

Si les déclinaisons répondent à des **régimes identiques** (par exemple une déclinaison pour tablette et une pour smartphone), veuillez compléter **les questions 5.2. et 5.3**. **ou,** préalablement à la mise à disposition du public de ce nouveau service, **adresser un complément de déclaration au CSA**. Pour cela, il suffit d'envoyer au CSA le signalement du nouveau mode de distribution du service par envoi postal et recommandé.

5.2. Le cas échéant, donner les coordonnées (dénomination, adresse du siège d'exploitation, numéro de téléphone et nom d'une personne de contact) du ou des distributeurs de services auprès desquels l'éditeur envisage de mettre à disposition son service télévisuel et préciser dans quel type d'offre (offre de base, bouquet thématique, etc.) le service télévisuel sera repris par chaque distributeur.

5.3. Le cas échéant, donner la ou les dates auxquelles la distribution du service télévisuel devrait débuter.

5.4. Pour chaque déclinaison du service dont l'éditeur est lui-même distributeur, donner les modalités de commercialisation du service : mode de consommation (abonnement, paiement à la séance, etc.) et tarification.

**6. Contribution à la production d'œuvres audiovisuelles (article 41 du décret)**

**Ceci vous concerne seulement si votre chiffre d'affaires (c'est-à-dire les recettes brutes induites par la mise à disposition du service) atteint au minimum le montant de 300 000 euros indexé (c'est-à-dire 364 746 euros en 2012).**

Indiquer sous quelle forme l'éditeur du service télévisuel entend, pour sa première année d'activité, contribuer à la production d'œuvres audiovisuelles :

- soit sous la forme d'un versement au Centre du cinéma et de l'audiovisuel;
- soit sous la forme de coproduction ou de pré-achat d'œuvres audiovisuelles.

Veuillez noter que toute modification des éléments inscrits dans la déclaration originelle doit être préalablement notifiée par lettre recommandée au Collège d'autorisation et de contrôle.

## B.- DEFINITIONS CONCERNANT LA COMMUNICATION COMMERCIALE

### *1) Définition de la directive 2010/13/UE*

Article 1er, i) : «publicité télévisée»: toute forme de message télévisé, que ce soit moyennant paiement ou autre contrepartie, ou de diffusion à des fins d'autopromotion par une entreprise publique ou privée ou une personne physique dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle ou artisanale ou d'une profession dans le but de promouvoir la fourniture, moyen- nant paiement, de biens ou de services, y compris de biens immeubles, de droits et d'obligations;

Article 1er, k) : «parrainage»: toute contribution d'une entreprise publique ou privée ou d'une personne physique, n'exerçant pas d'activités de fournisseur de services de médias ou de production d'œuvres audiovisuelles, au financement de services de médias audiovisuels ou de programmes, dans le but de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses produits;

Article 1er, l) : «téléachat»: la diffusion d'offres directes au public en vue de la fourniture, moyennant paiement, de biens ou de services, y compris de biens immeubles, de droits et d'obligations;

Article 1er, m) : «placement de produit»: toute forme de communication commerciale audiovisuelle consistant à inclure un produit, un service, ou leur marque, ou à y faire référence, en l'insérant dans un programme, moyennant paiement ou autre contrepartie;

### *2) Définitions du décret SMA concernant les nouvelles techniques publicitaires*

Article 1er, 8° : Communication commerciale interactive : toute communication commerciale insérée dans un service de médias audiovisuels permettant grâce à une voie de retour, de renvoyer les utilisateurs – qui en font la demande individuelle par le biais d'une insertion dans le service d'un moyen électronique d'accès – à un nouvel environnement publicitaire, promotionnel ou commercial ;

Article 1er ,9° : Communication commerciale par écran partagé : toute communication commerciale diffusée parallèlement à la diffusion d'un programme télévisuel par division spatiale de l'écran ;

Article 1er ,38° : Publicité virtuelle : publicité incrustée dans l'image ou remplaçant une publicité présente sur le lieu d'un évènement, par le biais d'un système d'imagerie électronique modifiant le signal diffusé ;

## C.- Obligations relatives a la signaletique en Federation Wallonie-Bruxelles [141]

**PROTECTION DES MINEURS DANS LES MÉDIAS AUDIOVISUELS**

**SIGNALÉTIQUE ET MODALITÉS EN MATIÈRE DE PROGRAMMATION**

| | | |
|---|---|---|
| *Catégorie 1* : programmes tous publics (pas de restrictions) | | |
| *Catégorie 2* : programmes déconseillés au moins de 10 ans | Programmes comportant certaines scènes susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs de moins de 10 ans | Sur les SL (services linéaires) et les SNL (services non linéaires) : les heures de diffusion de ces programmes sont laissées à l'appréciation des éditeurs.<br><br>SL : interdiction de diffusion 15min avant et après un programme pour enfants, sauf si la diffusion du programme est soumise à l'introduction d'un code d'accès parental. |
| *Catégorie 3* : programmes déconseillés aux mineurs de moins de 12 ans | Programmes susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs de moins de 12 ans, notamment lorsque le scénario recourt de façon répétée à la **violence** physique ou psychologique. | SL : Ces programmes ne peuvent être diffusés entre 6h00 et 20h00 sauf les veilles de jours de congé scolaire où l'interdiction s'étend jusqu'à 22h00, sauf si leur diffusion est soumise à l'introduction d'un code d'accès parental.<br><br>SL : Interdiction de diffusion 15 min. avant et après un programme pour enfants, sauf si la diffusion du programme est soumise à l'introduction d'un code d'accès parental.<br><br>SNL : Ces programmes ne peuvent être accessibles par l'utilisateur qu'après avoir introduit un code d'accès parental. |
| *Catégorie 4* : programmes déconseillés aux mineurs de moins de 16 ans | Programmes susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs de moins de 16 ans, notamment lorsqu'ils comprennent des **scènes à caractère érotique** ou de **grande violence**. | SL : Ces programmes ne peuvent être diffusés entre 6h et 22h, sauf si leur diffusion est soumise à l'introduction d'un code d'accès parental.<br><br>SL : Interdiction de diffusion 15 min. avant et après un programme pour enfants, sauf si la diffusion du programme est soumise à l'introduction d'un code d'accès parental.<br><br>SNL : Ces programmes ne peuvent être accessibles par l'utilisateur qu'après avoir introduit un code d'accès parental. |
| Catégorie 5 : Programmes déconseillés aux mineurs de moins de 18 ans | Programmes déconseillés aux mineurs dès lors qu'ils sont susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, notamment lorsqu'ils comprennent des **scènes à caractère pornographique** ou de **très grande violence.** | SL : Ces programmes sont interdits de diffusion, sauf si leur diffusion est soumise à l'introduction d'un code d'accès parental. Par dérogation, ils peuvent être diffusés entre minuit et 5h uniquement sur un SL crypté en mode analogique.<br><br>SL : Interdiction de diffusion 15 min. avant et après un programme pour enfants, sauf si la diffusion du programme est soumise à l'introduction d'un code d'accès parental.<br><br>SNL : Ces programmes ne peuvent être accessibles par l'utilisateur qu'après avoir introduit un code d'accès parental. |

[141] Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) , « Signalétique jeunesse : pictogrammes et restrictions horaires », 1er février 2014, disponible sur http://www.csa.be/documents/show/980

## D.- CRITERES DE RATTACHEMENT D'UN SERVICE DE MEDIAS AUDIOVISUELS A UN ETAT MEMBRE[142]

L'article 2 de la directive prévoit les règles suivantes pour le rattachement territorial pour la régulation d'un service de médias audiovisuels :

- Si l'éditeur de services possède son siège social dans un Etat membre et que les décisions éditoriales sont prises dans ce même Etat membre, il sera soumis au droit de cet Etat membre.
- Si l'éditeur possède son siège social dans un Etat membre mais que les décisions éditoriales sont prises dans un autre Etat membre, il relèvera du droit de l'Etat membre dans lequel opère une partie importante de ses effectifs.
- Si l'éditeur possède son siège social dans un Etat membre, que les décisions éditoriales sont prises dans un autre Etat membre et qu'une partie importante de ses effectifs opère dans chacun de deux Etats, il sera alors soumis au droit de l'Etat membre dans lequel son siège social est établi.
- Si l'éditeur possède son siège social dans un Etat membre, que les décisions éditoriales sont prises dans un autre Etat membre mais qu'une partie important de ses effectifs n'opère dans aucun de ces états, il relèvera du droit de l'Etat membre dans lequel les activités ont commencé à condition qu'un lien économique stable et réel existe avec cet Etat membre.
- Si l'éditeur possède son siège social dans un Etat membre et qu'une partie importante de ses effectifs y opère mais que les décisions éditoriales sont prises dans un Etat tiers, il relèvera du droit de l'Etat membre du siège social.
- Si l'éditeur utilise une liaison montante vers un satellite ou des capacités satellitaires relevant d'un Etat membre, il relèvera du droit de cet Etat membre.

Enfin, si l'Etat membre compétent ne peut être déterminé conformément aux critères précédents, l'article 2§5 prévoit que « l'Etat membre compétent est celui dans lequel le fournisseur de services de médias est établi au sens des articles 49 à 55 TFUE ».

---

[142] F. DERIEUX, « Directive Services de médias audiovisuels et localisation des services », *La directive services de médias audiovisuels – Le nouveau cadre juridique de l'audiovisuel européen,* sous la direction de F. JONGEN, Anthemis, Limal, 2010, p. 16.