

**COMPTE-RENDU DE LA 27ÈME RÉUNION DU  
COMITÉ DE CONTACT  
ÉTABLI PAR LA DIRECTIVE “TÉLÉVISION SANS FRONTIÈRES”  
16 avril 2008**

**1. Ordre du jour**

Le président a souhaité la bienvenue aux membres du Comité de contact (CC). L'ordre du jour a été adopté.

La Présidence a informé les délégations sur l'état actuel de la directive « Services de Médias Audiovisuels ».

Une proposition de la Commission sera disponible avant l'été et le Conseil devrait agir avant la fin de l'année. La procédure, qui n'implique pas une lecture complète par le PE, devrait prendre fin pendant la période électorale.

La présidence a également fait référence à la révision de la Convention européenne sur la Télévision Transfrontalière » (CETT) qui est en cours. Comme l'a expliqué le représentant du secrétariat du Conseil de l'Europe, un projet pratiquement achevé devrait être examiné au sein du Comité permanent, en novembre 2008. L'adoption du texte révisé est envisagée pour le printemps 2009.

**2. Transposition de la DSMAD – Placement de produit (art. 3g)**

A la lumière de sa propre expérience, la délégation autrichienne a fait part de ses réflexions concernant les besoins spécifiques de l'article 3g de la DSMAV, en mentionnant (i) le concept de la valeur significative quant au placement de produit ; (ii) la relation entre le placement de produit et le parrainage ; et (iii) la relation entre le placement de produit et la publicité/la communication commerciale (discrète).

Les services de la Commission ont réaffirmé que l'objectif de la disposition relative au placement de produit est d'assurer que les consommateurs/spectateurs soient informés lorsque un produit est inséré dans un programme moyennant paiement ou autre contrepartie. Ils ont également expliqué que le concept *de valeur négligeable* au considérant 61 fait uniquement référence à la « fourniture gratuite de biens et de services ». Il a été souligné que la directive ne fait aucune différence en matière de placement de produit entre les « Services de Médias audiovisuels » linéaire et à la demande. Les accessoires de production d'une valeur négligeable ne doivent pas être considérés comme un placement de produit, mais ils restent soumis aux règles générales en vigueur, applicables aux télécommunications commerciales audiovisuelles. Les discussions au sein des délégations ont montré que les États membres devront examiner soigneusement les règles administratives (la charge de la preuve, les règles de transparence) à mettre en place pour garantir une mise en œuvre efficace de la directive. La Commission a également rappelée, grâce aux études précédentes, comment la valeur du placement de produit est et peut être calculée.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Étude sur le développement de nouvelles techniques de publicité,  
[http://ec.europa.eu/avpolicy/info\\_centre/library/studies/index\\_en.htm#finalised](http://ec.europa.eu/avpolicy/info_centre/library/studies/index_en.htm#finalised)

### **3. Transposition de la DSMAV - Définitions (Art. 1)**

La Commission a ouvert la séance en présentant les principales questions à traiter et en se concentrant sur la notion de services de médias audiovisuels et sur la distinction entre les services linéaires et à la demande. La mise à disposition de contenus audiovisuels via des réseaux électroniques tel que définis dans l'art 1 (a) de la DSMAV est un service. Le fait que les utilisateurs puissent créer à partir de téléchargements des produits physiques tels que des DVD ne change rien.

Comment évaluer les caractéristiques des services de mass média ? Pour répondre à cette question, la Commission a souligné que la part d'audience n'est pas un critère décisif pour qualifier un service audiovisuel, de service média. Néanmoins, le fait que les bénéficiaires soient individuellement identifiés ou identifiables, constitue un critère important. Si c'est le cas - par exemple, lorsque les messages envoyés aux différents destinataires constituent une correspondance privée ou lorsque les services peuvent être reçus seulement par les clients de sociétés fournissant des marchandises ou des services autres que des services de médias audiovisuels (par exemple des opérateurs de train) - le service ne sera pas considéré comme un mass media/un service de médias audiovisuels. Dans ce contexte, la question de la délimitation entre l'espace public et privé (gares de chemins de fer, centre commerciaux...) peut surgir. Cette question doit être résolue au regard des législations nationales.

Lorsqu'un prestataire de services n'exerce pas de contrôle éditorial, les conditions de l'article 1(a) et 1(d) de la DSMAV ("services de médias audiovisuels") ne sont pas remplies, et les services fournis ne sont donc pas considérés comme des « services de médias audiovisuels »; éliminer le contenu répréhensible pour se conformer à un arrêté ou à une exception générale de droits ne constitue pas une prise de décision suffisante pour remplir le critère du contrôle éditorial. C'est le cas des hébergeurs et des opérateurs de plates-formes dont le contenu est généré par les utilisateurs (par exemple, YouTube).

La question de l'interprétation de la notion de service a également fait débat. Il apparaît qu'un certain nombre d'éléments doivent être pris en compte : comment l'utilisateur percevra-t-il le service (indépendant ou non), quelle est l'image de marque de ce service, une utilisation distincte est-elle possible... Au sein d'un service donné, la part de la recette globale attribuée à l'offre audiovisuelle sera un élément important à prendre en compte lorsqu'il faudra décider si ces éléments audiovisuels constituent ou non l'activité principale du service.

### **4. Transposition de la DSMAV – Communication commerciale**

Une présentation par les services de la Commission a précédé la discussion sur les différences entre l'article 3e(f) et l'art 14 de la DSMAV. La dernière interdiction relative au téléachat ne concerne que les médicaments disponible uniquement sur ordonnance (Dir 65/65/CEE). Au cours de la transposition des règles visant les services de médias audiovisuels à la demande, si des mesures plus strictes que celles prévues par la directive sont envisagées, elles devront être notifiées à la Commission conformément à la procédure prévue à l'article 8 de la directive 98/34/CE.

### **5. Transposition de la DSMAV – Nouvelles obligations/services sur demande (article 3i)**

La Commission a introduit une clause relative à la promotion des œuvres européennes dans les services à la demande. Suite aux requêtes de plusieurs délégations sur la façon de mettre en œuvre cette clause, les services de la Commission ont donné quelques clarifications. Des règles plus strictes visant à promouvoir la minorité nationale et les langues régionales sont envisageables, sous réserve du respect du principe de proportionnalité. Une telle disposition serait soumise à l'obligation de notification conformément à la procédure prévue par la directive 98/34/CE (article 8).

Concernant l'utilisation des chiffres de consommation réels comme instrument de mesure de l'efficacité des actions des États membres pour promouvoir les services à la demande, les services de la Commission ont souligné que cet indicateur n'en était qu'un parmi tant d'autres, mentionnés au considérant 48, et qu'il devait être pris en compte dans le cadre des obligations de notification inscrites dans la directive.

En ce qui concerne les accords de coopération, la présidence a dressé l'état des avancées réalisées et a indiqué que ces développements avaient également été examinés lors de la réunion du groupe d'experts du cinéma.

#### **6. Transposition de la DSMAV – Besoins de transparence (art á)**

L'exigence de transparence imposé par l'article 3 de la DSMAV fait l'objet d'un consensus général, à savoir qu'une mise en œuvre efficace peut engendrer de plus grands défis pour les services linéaires que pour les services à la demande.

Indépendamment de la source de l'information, une référence à une entité physique à laquelle les utilisateurs du service peuvent s'adresser doit être disponible. Cependant, la seule référence à un site web n'est pas suffisante. Il a également été discuté la possibilité qu'une référence à un registre national puisse assurer aux téléspectateurs une information appropriée.

#### **7. Transposition de la DSMAV – Protection des mineurs (article 3h)**

La discussion s'est concentrée sur la façon dont les délégations entendent garantir la protection des mineurs dans les services à la demande, et notamment grâce à l'utilisation de mesures d'auto- et de co-régulation. La Grèce a lancé une consultation sur le sujet, tandis que le Royaume-Uni cherche à adopter des mesures de co-régulation. L'Espagne souhaite que les contenus appropriés et inappropriés soient repérables aussi bien au niveau des catalogues des prestataires de services à la demande que des services d'accès à ces catalogues, dans le but d'améliorer le contrôle des utilisateurs. Le secrétariat de l'EEE a étendu la question pour savoir dans quelle mesure les systèmes d'accès nationaux pourraient devenir des obstacles aux services disponibles à l'échelle communautaire – une préoccupation partagée par les services de la Commission.

#### **8. Transposition de la DSMAV - Accessibilité (article 3c)**

Les délégations ont été invitées à échanger leurs idées sur la manière d'encourager les prestataires de services médias à rendre leurs services accessibles aux personnes souffrant d'un handicap visuel ou auditif.

Certaines préoccupations ont été exprimées quant à la nécessité de prolonger le financement des radiodiffuseurs de service public afin d'augmenter les services disponibles dans ce

secteur sans aller à l'encontre des règles applicables en matière d'aide d'état. Certaines délégations ont indiqué que des mesures législatives seraient nécessaires pour favoriser des progrès substantiels. La délégation britannique a accepté de vérifier que tous les prestataires de services de médias se trouvant sous sa juridiction se conforment aux obligations appropriées et non discriminatoires à cet égard.

## **9. Prochaine réunion**

La prochaine réunion est prévue pour le mercredi 18 juin 2008, sous réserve de confirmation.

Les délégations sont invitées faire une présentation sur l'un des thèmes qui seront discutés lors de cette réunion (parrainage ; publicité télévisuelle, y compris le téléachat ; coopération entre les autorités de régulation).