

Table des matières

Sommaire	5
Introduction	7
<i>Marc JANSSEN</i>	
Directive Services de médias audiovisuels et localisation des services ...	11
<i>Emmanuel DERIEUX</i>	
I. Localisation dans un État membre	14
A. Critères de localisation dans la directive SMA	14
B. Critères de localisation dans les législations nationales	16
1. Décret coordonné du 26 mars 2009	17
2. Loi française du 30 septembre 1986	18
II. Délocalisation dans un autre État membre	21
A. Obstacles à la délocalisation dans la directive SMA	22
B. Obstacles à la délocalisation dans la jurisprudence nationale belge	23
1. Lieu d'exercice des activités	23
2. Absence de tentative de délocalisation	24
De la télévision aux services de médias audiovisuels : le champ d'application matériel de la directive Services de médias audiovisuels	29
<i>Elisenda MALARET GARCIA</i>	
Introduction	29
I. Le fondement de l'intervention publique dans la directive Télévision sans frontières	33
A. Une approche citoyenne présente dans les systèmes juridiques nationaux et sous-jacents dans une perspective communautaire qui donne la priorité au côté « industrie culturelle » : la spécificité de la régulation de la télévision face aux télécommunications	33

B. Une conception doublée par une approche consumériste	35
II. La directive SMA : le changement de rôle de l'utilisateur et la nouvelle approche sur la justification de l'intervention comme source de la géométrie variable de la régulation audiovisuelle	36
A. Adapter le « modèle audiovisuel européen » aux nouvelles réalités technologiques qui se présentent comme la télévision.....	36
B. L'« éblouissement » technologique : la « nouvelle » interaction entre l'utilisateur et le fournisseur, la portée de la différence	38
C. Une approche consumériste renforcée ? Complétée par une approche citoyenne limitée au droit à connaître ?	38
D. Les nouveaux services médias audiovisuels à la demande sont différents, donc la réglementation doit être différente ; une distinction fondée sur le contrôle de l'utilisateur	40
III. Les SMA à la demande : le principe de base de la neutralité technologique suppose l'application d'un régime équivalent aux services qui sont équivalents	42
A. Des critères énoncés de manière abstraite (positivement et négativement) ; une notion autonome par rapport à la définition des services directive « commerce électronique »	43
B. La déclinaison des critères de la directive dans les transpositions nationales : une particularité, la technique législative des énoncés « à titre d'exemple »	44
1. La stratégie du Conseil supérieur de l'audiovisuel : des considérations au fil des obligations culturelles	45
2. La stratégie de l'Ofcom : quels services pour la corégulation ?	47
En guise de conclusion	50
Les communications commerciales dans la directive 2007/65/CE	53
Roberto MASTROIANNI	
I. Cadre juridique de référence, fondement et objectifs de la nouvelle réglementation des communications commerciales	53
A. Introduction	53
B. La procédure législative	54
C. Pourquoi légiférer ?	56
II. Communication commerciale audiovisuelle : définition et typologies	58
A. Publicité télévisée	59
1. Spots publicitaires	60
2. Autopromotion	61
3. Télépromotion	61
4. Écran partagé	62
5. Publicité virtuelle	63
B. Télé-achat	63

TABLE DES MATIÈRES

C. Parrainage	64
D. Placement de produit	66
III. La réglementation des communications commerciales audiovisuelles	68
A. Les règles « qualitatives »	68
B. Les interruptions publicitaires	70
C. Les limites de volume admissible de publicité	72
IV. Conclusions	73

Hétéro-régulation, auto-régulation et co-régulation : esquisse théorique et application au marché des services de médias audiovisuels	75
--	-----------

Nicolas THIRION

I. Introduction	75
II. La régulation comme processus d'encadrement d'un mouvement de démonopolisation/libéralisation	77
A. Du monopole à la concurrence	77
B. La sauvegarde des préoccupations d'intérêt public	80
C. L'instauration d'autorités de régulation	82
III. La régulation comme garantie d'un équilibre entre intérêts ou objectifs divergents sur un marché déterminé ou dans l'entreprise	83
IV. La régulation comme participation des agents économiques ou de leurs représentants à l'élaboration de la norme qui leur sera applicable	86
V. La régulation comme principe organisateur des rapports entre le marché et l'État	89
VI. Conclusion	96

Les concessions de la directive SMA en matière de quotas : entre politique industrielle et diversité culturelle	97
--	-----------

Anne LIBERT

I. La diversité culturelle sous SMA	99
II. Des services linéaires aux services non linéaires	102
III. Des programmes de flux aux programmes de stock	106
IV. Entre rigueur et laxisme	107
V. Vers un contrôle qualitatif ?	109

La protection des mineurs : quelle réglementation, quelle(s) régulation(s) ?	111
---	------------

Geneviève THIRY

I. La protection des mineurs dans le cadre européen : de la directive 89/552/CEE Télévision sans frontières à la directive 2007/65/CE Services de médias audiovisuels	111
---	-----

A. Directive	111
B. Recommandations.....	116
II. Cadre légal en Communauté française : la transposition de la directive SMA dans le « décret coordonné sur les services de médias audiovisuels »	119
A. Le processus de la transposition : le rôle du Collège d'avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel	119
B. Le décret coordonné sur les services de médias audiovisuels	120
C. L'arrêté d'application de l'article 9, § 2 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels	121
III. La régulation.....	123
 Transparence, pluralisme et relations avec les publics : d'une directive « consommateur compris » à une directive « citoyen acteur » ?.....	
<i>Muriel HANOT et Valérie STRAETMANS</i>	125
I. Les nécessités du marché et son corollaire, la protection des consommateurs	125
II. Transposition nationale et poids de l'histoire	132
III. Le citoyen tributaire de la liberté de choix du consommateur	135
IV. Vers une directive « citoyen acteur » ?	137
 La coopération entre États membres : chronique d'une occasion manquée ?	
<i>Jean-François FURNÉMONT</i>	139
I. Une brève histoire de la coopération : le cadre juridique sous la directive TVSF	139
II. Les leçons tirées (ou non) de l'histoire : le processus de réexamen de la directive TVSF et d'élaboration de la directive SMA.....	140
A. JURIDICTION.....	141
B. COOPÉRATION.....	144
III. L'histoire contemporaine de la coopération : le cadre juridique sous la directive SMA.....	145
A. Juridiction	145
B. Coopération	147
IV. L'histoire parallèle : la coopération entre régulateurs.....	149
V. La critique historique : la coopération à l'épreuve des faits.....	151
 L'état de la transposition de la directive Services de médias audiovisuels.....	
<i>Emmanuel Joly</i>	153
I. Où en est-on dans la transposition au 23 juin 2010 ?.....	153
A. Comment expliquer ce retard ?	153

TABLE DES MATIÈRES

1. L'importance du changement résultant de l'adoption de la directive modificative 2007/65/CE	154
2. La difficulté et la sensibilité de certains aspects de la réglementation	155
3. Les questions d'intérêt national.....	155
B. Qu'attend-on de la transposition ?.....	155
1. Une plus grande compétitivité de l'industrie audiovisuelle européenne.....	156
a. La directive facilite le financement des programmes	156
b. La directive promeut la création et la diffusion des œuvres européennes.....	157
2. Des services de médias audiovisuels plus inclusifs et renforçant le droit à l'information	157
3. Une modernisation de la régulation des services de médias audiovisuels	158
a. La place dévolue à l'autorégulation et à la coopération entre les acteurs.....	159
b. Le rôle accru de la Commission dans la mise en œuvre de la directive	160
4. La protection du consommateur.....	160
II. Que va faire la Commission en vue d'assurer le respect effectif des règles de la directive	162
A. Veiller à la transposition des nouvelles règles en droit national.....	162
1. Accompagner les États membres.....	162
2. Poursuivre les États membres n'ayant pas communiqué leurs mesures nationales d'exécution (MNE)	162
3. Examen des mesures nationales d'exécution (MNE)	162
B. Veiller à l'application effective des règles de la directive	164
1. À travers ses rapports d'application	164
2. À travers un monitoring systématique.....	164
Regard.....	167
<i>Paul MARTENS</i>	
I. Une réaction « constitutionnelle »	167
II. Une réaction « citoyenne »	168
III. Une réaction « corporative »	168
Conclusions générales	169
<i>François JONGEN</i>	
Annexe	
Directive Services de médias audiovisuels	175