

Pour un nouveau régime des chaînes thématiques

Dans le cadre d'une réforme structurelle de la réglementation de l'audiovisuel annoncée par la Ministre de la culture et de la communication en début d'année, et à l'occasion du colloque qu'elle a organisé le 25 juin dernier, l'A.C.C.e.S.¹ a rappelé les spécificités des chaînes thématiques payantes, a dessiné leurs perspectives de développement et avancé des propositions pour un cadre rénové et adapté à leur économie.

Les chaînes thématiques payantes s'inscrivent dans un cadre et une économie radicalement différents des chaînes TNT :

- Les chaînes TNT sont attributaires de fréquences hertziennes qui sont des ressources rares appartenant au domaine public, et leurs obligations d'investissement dans le développement de la production audiovisuelle et cinématographique sont la contrepartie des autorisations qu'elles reçoivent du CSA. Les chaînes thématiques, elles, sont distribuées par des réseaux – câble, satellite, ADSL ou fibre optique – n'utilisant pas des fréquences assignées par le CSA. Des réseaux développés par des opérateurs privés, aux capacités en fréquences quasi illimités et ouverts à la concurrence d'acteurs étrangers.
- Alors que la plupart des chaînes TNT sont accessibles gratuitement auprès de l'ensemble des Français possesseurs d'un écran de télévision, les chaînes thématiques sont accessibles via le paiement d'un abonnement souscrit auprès d'un distributeur : 12,6 millions d'individus abonnés à une offre payante à comparer aux 58 millions d'individus « équipés TV »². Cette situation amène à des tailles d'entreprises et à des profils économiques sans commune mesure : 1,096 Md de CA global pour 93 chaînes thématiques à comparer aux 7,5 Mds de CA des 23 chaînes TNT³, soit un CA moyen de 11,8 M€ contre un CA moyen de 326 M€⁴, un rapport de 1 à 30.
- Par ailleurs, les chaînes thématiques composent une offre diversifiée, aux profils extrêmement variés : chaînes fiction, cinéma, documentaires, jeunesse, sport, mais aussi chaînes de services ou « de niches ». La première motivation des téléspectateurs qui s'abonnent à une offre payante est la promesse de programmes spécifiques, différents de ce qu'ils peuvent trouver sur les chaînes gratuites de la TNT.

Ces éléments justifient un cadre réglementaire souple, adaptable aux caractéristiques de chacune des chaînes.

Par ailleurs, **les usages des téléspectateurs sont pleine mutation** : la numérisation des services de télévision conjuguée à l'apparition des technologies de distribution vidéo sur l'internet ouvert sont en train de modifier profondément le marché de la télévision. Pour preuve, en termes d'investissements publicitaires, le digital est devenu le deuxième média en France et devrait même dépasser la télévision dès 2016⁵. L'adoption de ces modes de consommation à la demande du consommateur, couplée à une offre toujours plus riche issue d'acteurs internationaux puissants tels que YouTube et Netflix, tendent à devenir une menace sérieuse pour les chaînes payantes.

¹ Association des Chaînes Conventionnées éditrices de Services, organisation professionnelle représentant les chaînes thématiques en accès payant sur le câble, le satellite, l'ADSL ou la fibre optique.

² Source : Médiamétrie – MédiamatThématik – juillet 2015.

³ 22 chaînes gratuites + Canal +

⁴ D'après les données du CSA

⁵ Source : Etude Pwc 2015 pour le syndicat des régies Internet

La multiplication des smartphones et des tablettes dans les foyers, avec des écrans de taille et de résolution sans cesse croissantes, a élargi les options de consommation. La connexion à internet des terminaux (consoles de jeux, téléviseurs ou media centers connectés) permet également l'apparition de nouvelles fonctionnalités d'accès et d'interaction avec les contenus.

La possibilité sans cesse croissante de visionner des programmes audiovisuels à la demande en tout lieu et à tout moment modifie les usages des consommateurs, en particulier des adolescents et jeunes adultes : le consommateur désire désormais accéder à ses programmes quand il le veut, où il le veut, sur tous ses écrans de consommation, avec un choix le plus large possible.

Les chaînes thématiques sont directement affectées par ces changements :

- parce qu'elles offrent des contenus spécifiques que les consommateurs vont de plus en plus souvent chercher sur internet ;
- et parce que, diffusées sur des réseaux ouverts, elles sont en première ligne face à la concurrence des nouveaux acteurs internationaux.

➤ **Les chaînes thématiques conservent cependant de fortes perspectives de développement ;** grâce à des marques fortes et reconnues des consommateurs, elles joueront un rôle prescriptif pour les consommateurs : la ligne éditoriale, organisée autour d'une diffusion linéaire accompagnée d'une offre de programmes accessibles en non linéaire, constitue un outil puissant de recommandation autrement plus identifié et sécurisant pour le consommateur qu'un algorithme généré par une machine.

Alors que leur modèle économique, principalement basé sur la part des abonnements perçus par les distributeurs qui leur est reversée, est actuellement fragilisé par le report des investissements publicitaires sur internet, leur avenir passe par le développement complémentaire de nouveaux services, monétisables et répondant aux nouveaux usages des consommateurs, organisés autour de l'accès à un catalogue étendu de programmes.

➤ Dès lors, **le cadre réglementaire** dans lequel elles se sont développées jusqu'à présent, en grande partie décalqué de celui des chaînes hertziennes, apparaît aujourd'hui **totalemt inadapté à ces nouveaux enjeux.**

Le chantier engagé par la Ministre doit donc s'attacher **en priorité et d'urgence à la réforme du cadre des chaînes thématiques payantes** en la traitant séparément de celle du cadre des chaînes hertziennes gratuites.

La loi, comme les textes réglementaires, distingue deux catégories d'éditeurs : les éditeurs de services de télévision linéaire et les éditeurs de services audiovisuels à la demande. Ce cadre devrait davantage s'attacher à la distinction des modèles économiques : le gratuit d'une part, le payant d'autre part.

Comme le remarque le CSA dans son étude de février 2014 sur la télévision de rattrapage⁶, « *la différence entre service de TVR de chaîne payante et VàDA devient de plus en plus ténue et la frontière entre ces deux types de SMAD de plus en plus poreuse. (...) Les volets délinéarisés des chaînes payantes deviennent progressivement des **services hybrides** mêlant TVR et VàDA.* »

⁶ « La télévision de rattrapage : une pratique installée, une économie en devenir »

Le CSA conclut : « Cette évolution des offres de télévision à péage témoigne de la forte similarité entre télévision payante linéaire et VàDA, pourtant soumises à des régimes juridiques distincts. Elle appelle donc à réfléchir à la création, à terme, d'un statut unique pour ces deux types de services. »

L'A.C.C.e.S. estime donc que l'avenir et le développement des chaînes thématiques suppose un cadre allégé et simple qui passe par la faculté d'exercer simultanément ces deux activités et donc d'être **à la fois éditeurs de services linéaires et non linéaires dans un environnement payant.**

Le régime actuel des chaînes thématiques découle des articles 33 et 33-1 de la loi du 30 septembre 1986 qui disposent qu'une chaîne, si son budget est supérieur à 150 000€, ne peut être diffusée par les réseaux câble, satellite ou ADSL qu'après avoir conclu avec le CSA une convention définissant des obligations fixées par un décret.

La complexité du régime de ces chaînes découle de la liste des points énumérés par ces articles qui doivent figurer dans le décret, les conventions conclues avec le CSA devant elles-mêmes reprendre l'ensemble des dispositions énumérées dans cette loi et dans le décret. A partir de là, l'étendue et la précision des dispositions légales appellent donc un décret nécessairement détaillé et très normatif, laissant peu de place à la prise en compte de la spécificité de chaque chaîne et à un dialogue possible entre cette catégorie de service de télévision et l'Autorité de régulation.

De son côté, l'article 33-1 de la loi de 86 soumet les SMAD au régime de la déclaration préalable auprès du CSA et son article 33-2 définit leur régime en appelant un décret qui ne porte que sur quelques règles essentielles : les règles applicables à la publicité, au téléachat et au parrainage, celles relatives au respect de la langue française, et pour les services mettant à disposition des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles, deux obligations génériques : contribuer au financement de la production et assurer l'exposition des œuvres françaises et européennes.

Les différents rapports ou avis publiés par le CSA, comme les rapports successifs commandés à des personnalités depuis plusieurs années, ont tous et unanimement soulignés la complexité et la rigidité de ce cadre légal, laissant peu de latitude au régulateur pour adapter les obligations des chaînes à leurs spécificités, tant économiques qu'éditoriales.

Dès lors, il apparaît à l'A.C.C.e.S. qu'une véritable réforme du cadre des chaînes thématiques passe par une **nouvelle rédaction des articles 33 et 33-1** de la loi de 86 qui viserait les services éditant à la fois un service de télévision et un (ou des) catalogue(s) de programmes accessibles à la demande. Cette nouvelle rédaction se limiterait à un certain nombre de points essentiels, comme c'est le cas pour les SMAD dans l'article 33-2.

Le décret d'application qui en découlerait, en établissant ainsi un **régime de « conventionnement simplifié »**, définirait le cadre général applicable au signal linéaire et au catalogue de programmes accessibles à la demande pour la contribution de l'éditeur au développement de la production audiovisuelle et cinématographique et ses obligations d'exposition des œuvres en renvoyant aux conventions conclues avec le CSA le soin de les adapter à chaque éditeur en fonction de son modèle économique et de sa ligne éditoriale.

Les dispositions législatives :

- Elles devraient viser une catégorie de services éditant un catalogue de programmes destiné à la fois à un service de télévision linéaire et à un service de média audiovisuel à la demande distribués par les réseaux n'utilisant pas des fréquences assignées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel et appeler un décret fixant :
- La durée maximale des conventions ;

- Les règles générales de programmation ;
- Les règles applicables à la publicité, au télé-achat et au parrainage.

Et pour les services diffusant ou mettant à la disposition du public des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles :

- Les modalités permettant d'assurer la contribution des éditeurs de services au financement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles en fonction des caractéristiques du service et de ses ressources ;
- Les dispositions permettant de garantir l'exposition et la mise en valeur des proportions d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles européennes et d'expression originale française.

Les dispositions réglementaires relatives aux obligations d'investissement dans la production et d'exposition des œuvres devraient se décliner autour des principes suivants en laissant à la convention conclue avec le CSA le soin de fixer les conditions d'exécution des obligations d'investissements dans la production :

- Assiette de contribution à la production sur l'ensemble des revenus linéaires et non linéaires du service ;
- Mutualisation des contributions entre le programme linéaire et le catalogue de programmes à la demande ;
- Fixation d'un seuil de déclenchement des obligations de contribution au développement de la production cinématographique et audiovisuelle à 10 M€ de chiffre d'affaires, cumul des chiffres d'affaires du service linéaire et du service à la demande ;

Et spécifiquement pour la production audiovisuelle :

- Taux d'obligation d'investissement dans les œuvres audiovisuelles progressifs et déterminés par la convention en fonction du chiffre d'affaires global du service avec un minimum de 10 % et un maximum de 12 % ;
- Suppression, pour les œuvres européennes comptabilisées au titre des obligations, de l'obligation d'être éligibles aux aides financières du CNC ;
- Prise en compte de toutes les dépenses de production : émissions de plateau, programmes pour le web, etc... que ces programmes soient destinés à une diffusion linéaire ou non linéaire ;
- Prise en compte des dépenses de lutte contre le piratage dans les obligations de production ;
- Ramener à 50 % le taux d'œuvres indépendantes ;
- Définition de l'indépendance sur le seul critère de détention capitalistique fixée à 50 % ;

Les règles en matière de publicité, de parrainage et de téléachat définies par le décret du 27 mars 1992 devraient également être modifiées pour les chaînes thématiques payantes avec l'autorisation de diffuser auprès des abonnés des messages publicitaires segmentés et, dans les émissions parrainées, l'autorisation de la présentation du produit du parrain.

Si la création d'un nouveau statut pour les chaînes thématiques payantes passe par une modification de la loi de 86 et donc par un véhicule législatif, **la modification des décrets relatifs aux chaînes thématiques et à la publicité** relève du Ministère de la culture et de la communication et **devrait être engagée sans tarder.**