

Arrêté du Gouvernement de la Communauté française portant approbation de la décision du Collège d'autorisation et de contrôle du CSA définissant la méthodologie relative au calcul de la part d'audience des services de médias audiovisuels dans le cadre de la contribution à la production

A.Gt. 20-12-2024

M.B. 15-01-2025

Le Gouvernement de la Communauté française,

Vu le décret du 04 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos, tel que modifié ;

Vu la décision du 07 novembre 2024 du Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'Audiovisuel définissant la méthodologie relative au calcul de la part d'audience des services de médias audiovisuels dans le cadre de la contribution à la production ;

Sur la proposition de la Ministre des Médias ;

Après délibération,

Arrête :

Article 1^{er}. - La décision du 07 novembre 2024 du Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'Audiovisuel définissant la méthodologie relative au calcul de la part d'audience des services de médias audiovisuels dans le cadre de la contribution à la production, telle que reprise en annexe au présent arrêté, est approuvée.

Article 2. - Tous les deux ans, le Conseil supérieur de l'Audiovisuel fournira, au Ministre en charge des médias, un rapport quant à l'efficacité de la méthodologie choisie relative au calcul de la part d'audience des services de médias audiovisuels dans le cadre de la contribution à la production.

Article 3. - §1^{er}. La Ministre des Médias est chargée de l'exécution du présent arrêté.

§2. Le présent arrêté entre en vigueur au 1^{er} janvier 2024.

Bruxelles, le 20 décembre 2024.

Pour Le Gouvernement :

La Ministre-Présidente, en charge du Budget, de l'Enseignement supérieur, de la Culture et des Relations internationales et intra-francophones,

E. DEGRYSE

La Ministre des Sports, de la Fonction publique, de la Simplification administrative et des Médias,

J. GALANT

Annexe à l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française portant approbation de la décision du Collège d'autorisation et de contrôle du CSA définissant la méthodologie relative au calcul de la part d'audience des services de médias audiovisuels dans le cadre de la contribution à la production



Collège d'autorisation et de contrôle

Décision du 7 novembre 2024

Objet : méthodologie relative au calcul de la part d'audience des services de médias audiovisuels dans le cadre de la contribution à la production

1. Introduction

A la suite d'une proposition de la Chambre de concertation du cinéma de la Fédération Wallonie-Bruxelles et sur la base de l'avis du Collège d'avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), un décret modifiant le décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos a été adopté le 14 novembre 2023.

Ce décret a principalement pour objet d'adapter le système de contribution des éditeurs et des distributeurs à la production audiovisuelle.

En ce qui concerne les éditeurs, il prévoit notamment une augmentation des taux de contribution et la diversification du type de contenus dans lesquels la contribution peut être investie. Le décret prévoit une application progressive et adaptée du dispositif avec notamment une possibilité de dérogation pour les services télévisuels linéaires dont la part d'audience par service déterminé est inférieure à 2% de l'audience totale et les services télévisuels non linéaires dont la part d'audience par service déterminé est inférieure à 1% de l'audience totale, celle-ci étant entendue comme l'audience totale réalisée par les services similaires sur le marché de la Communauté française. Concernant les services non linéaires, cette dérogation sur la base de l'audience concerne également l'obligation de mise en valeur des œuvres européennes et de la communauté française.

Le législateur a confié au Collège d'autorisation et de contrôle du CSA le soin de déterminer la méthodologie selon laquelle cette part d'audience sera évaluée et calculée. La présente note reprend la méthodologie par type de service, dans la perspective de mise en œuvre de l'obligation de contribution des éditeurs de services à la production.

2. Contexte

2.1 Cadre juridique :

L'article 4.2.2-1 §1^{er} du décret fixe la **part minimale d'œuvres européennes et d'œuvres d'initiatives belges francophones** que les éditeurs de services doivent proposer. Le §2 prévoit l'obligation d'assurer une mise en valeur particulière de ces œuvres dans les catalogues.

En vertu de l'article 4.2.2 § 4, alinéa 2, « Les paragraphes 1 et 2 ne s'appliquent pas aux services télévisuels non linéaires dont la part d'audience par service déterminé est inférieure à 1 % de l'audience totale réalisée par des services similaires sur le marché de la Communauté française durant l'année écoulée. Le Collège d'autorisation et de contrôle calcule et évalue la part d'audience par service, en distinguant les services par abonnement payant, les services accessibles sur demande transactionnelle, les services inclus dans une offre de services groupés et les services à accès gratuit, selon une méthodologie définie par lui et approuvée par le Gouvernement.

L'article. 6.1.1-1. - § 1^{er} dispose que : Tout éditeur de services télévisuels linéaires et non linéaires **contribue à la production audiovisuelle**. Cette contribution se fait soit sous la forme d'investissements en coproduction, en pré-achat d'œuvres audiovisuelles ou en commande de programmes, soit sous la forme d'un versement au Centre du cinéma et de l'audiovisuel.

Par dérogation à l'alinéa 1er, la contribution instituée par le présent article ne s'applique pas :

1° à l'éditeur de services qui consacre, dans chacun des services qu'il édite, moins de 10% du temps de diffusion annuel à la diffusion d'œuvres audiovisuelles ;

2° à la RTBF ;

3° aux médias de proximité ;

4° aux éditeurs de services dont le chiffre d'affaires ne dépasse pas 700.000 euros ;

5° aux services télévisuels linéaires dont la part d'audience par service déterminé est inférieure à 2% de l'audience totale réalisée par des services similaires sur le marché de la Communauté française durant l'année écoulée ; le Collège d'autorisation et de contrôle calcule et évalue la part d'audience par service, selon une méthodologie définie par lui et approuvée par le Gouvernement ;

6° aux services télévisuels non linéaires dont la part d'audience par service déterminé est inférieure à 1 % de l'audience totale réalisée par des services similaires sur le marché de la Communauté française durant l'année écoulée ; le Collège d'autorisation et de contrôle calcule et évalue la part d'audience par service, en distinguant les services par abonnement payant, les services accessibles sur demande transactionnelle, les services inclus dans une offre de services groupés et les services à accès gratuit, selon une méthodologie définie par lui et approuvée par le Gouvernement.

Les commentaires des deux articles concernant les services de faible audience précisent comme suit la portée des deux dispositions : « *Conformément à la Communication de la Commission européenne relative aux Lignes directrices en vertu de l'article 13, paragraphe 7, de la directive « services de médias audiovisuel » concernant le calcul de la part des œuvres européennes dans les catalogues des services de médias audiovisuels à la demande et la définition d'une faible audience*

et d'un chiffre d'affaires peu élevé, JOUE 7 juillet 2020, C233, p.10 et s., une dérogation dite de « faible audience » est prévue pour les services télévisuels linéaires et non linéaires. Compte tenu du fait que les mesures d'audience peuvent être évolutives, le Collège d'autorisation et de contrôle calculera et évaluera les parts d'audience individuelle, c'est-à-dire par service déterminé, en se basant sur les méthodes de calcul et d'évaluation les plus adéquates notamment au regard des méthodes d'audimétrie installées en Belgique, dans le prolongement desdites lignes directrices de la Commission européennes. »

2.2 Lignes directrices de la commission européenne

La Commission européenne a adopté une communication établissant des lignes directrices en vertu de l'article 13, paragraphe 7, de la directive sur les services de médias audiovisuels concernant le calcul de la part des œuvres européennes dans les catalogues des services de médias audiovisuels à la demande et la définition d'une faible audience et d'un chiffre d'affaires peu élevé (JOUE 2020/C 223/03).

Celles-ci rappellent que les dérogations prévues ont pour but d'assurer que les obligations précitées ne compromettent pas le développement des marchés et n'entravent pas l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché.

Concernant les seuils pour les services linéaires, la Commission propose les principes suivants :

« Pour les services linéaires, l'audience est un concept établi et des services de mesure de l'audience existent dans plusieurs États membres. La définition d'une audience faible devrait dès lors se fonder sur des indicateurs qui sont déjà acceptés et utilisés dans le contexte de la directive SMA, à savoir la part d'audience quotidienne, calculée pour l'année de référence. En termes de présence de fournisseurs non nationaux, le marché des services linéaires est différent du marché de la VOD. Pour la VOD, les marchés nationaux sont largement dominés par des fournisseurs non nationaux ; ce n'est pas le cas pour les services linéaires. Les principaux acteurs du marché sont habituellement des groupes de télévision qui obtiennent généralement la totalité ou la majorité de leur part d'audience sur leurs marchés nationaux. D'après une étude récente, le marché audiovisuel de l'Union européenne se caractérise par un nombre limité de chaînes de télévision qui attirent une grande part de l'audience. La grande majorité des chaînes ont des parts d'audience faibles : seules 5 % des chaînes de télévision enregistrent une part d'audience supérieure à 10 % et près de 80 % des chaînes de télévision de n'importe quel pays de l'Union obtiennent une audience de 2 % ou moins. Le seuil de l'audience faible devrait être déterminé en tenant compte de la présence et du positionnement des chaînes sur le marché des services de médias audiovisuels linéaires en termes d'audience. Par conséquent, compte tenu des caractéristiques du marché des services linéaires, les chaînes transfrontières dont la part d'audience individuelle est inférieure à 2 % dans un État membre ciblé donné devraient être considérées comme ayant une audience faible au sens de l'article 13, paragraphe 6, de la directive SMA. En particulier dans le cas de fournisseurs ayant de multiples chaînes spécifiques, les États membres peuvent tenir compte de la position globale du fournisseur sur le marché national lorsqu'ils appliquent la dérogation. »

Concernant la notion de faible audience, la Commission propose la méthodologie suivante :

« Si la directive n'interdit en principe pas aux États membres d'utiliser d'autres critères, les présentes lignes directrices se concentrent sur une méthode de détermination de l'audience des fournisseurs de services de VOD basée sur les ventes de services.

Dans un environnement VOD, le nombre d'utilisateurs/spectateurs d'un service donné se substitue aux ventes. En particulier, l'audience pourrait être déterminée sur la base du nombre d'utilisateurs actifs d'un service donné, par exemple le nombre d'abonnés disposant d'un abonnement payant à la vidéo à la demande (SVOD), le nombre de clients uniques/de comptes uniques pour l'acquisition d'œuvres pour la vidéo à la demande transactionnelle (TVOD) et le nombre de visiteurs uniques pour la vidéo à la demande publicitaire (AVOD).

- Dans le cas des services de TVOD, les utilisateurs actifs pourraient être, par exemple, les utilisateurs qui ont acquis au moins un titre dans le catalogue au cours d'une période déterminée.
- Dans le cas des services d'AVOD, l'audience pourrait être déterminée comme une moyenne des utilisateurs actifs au cours d'une période déterminée. Dans le cas des abonnés qui paient pour des services groupés qui incluent également un compte VOD, l'audience des services de VOD pourrait ne pas être représentée avec exactitude par le nombre d'abonnés payants pour ces services groupés dans leur ensemble, car certains pourraient ne pas être des utilisateurs de la VOD. Dans ces cas, les autorités nationales peuvent appliquer une mesure basée sur des utilisateurs ayant effectivement accédé au contenu vidéo du service au cours d'une période déterminée.

Dans tous ces cas, la période prise en considération devrait être appropriée et significative (c'est-à-dire pas trop courte), fixée à l'avance, et sa mise en œuvre ne devrait pas être complexe.

Dans la pratique, l'audience devrait être déterminée en termes de part des utilisateurs actifs obtenue par un service particulier : l'audience d'un service de VOD serait le nombre de ses utilisateurs divisé par le nombre total d'utilisateurs de services de VOD (similaires) disponibles sur le marché national et multiplié par 100 afin d'obtenir un pourcentage. Dans la mesure où les parts d'audience constituent un bon substitut des ventes et reflètent la position sur le marché du service concerné dans ce secteur, les fournisseurs ayant un faible nombre d'utilisateurs actifs n'auraient pas une présence significative sur le marché, ce qui justifierait l'application de la dérogation prévue à l'article 13, paragraphe 6. Cette méthode est également proche de la notion de part d'audience TV, qui tient compte des détenteurs de téléviseurs réglés sur des chaînes particulières au cours d'une période donnée par rapport au nombre total de téléviseurs retenus dans l'échantillon. »

2.3 Mise en œuvre dans les différents États membres

Afin de déterminer la méthodologie la plus appropriée, le CSA a procédé à un benchmark auprès des autres régulateurs européens, en particulier au regard des services non linéaires. Si certains États membres n'avaient, au moment du benchmark, pas encore implémenté l'article 13 de la directive, trois méthodes différentes ont été mises en œuvre :

- Soit l'appel à un tiers, à savoir un outil de mesure des audiences externes tels que le CIM, mais également disponible pour le numérique.

- Soit le développement d'une méthode interne de mesure, notamment avec l'aide de recherches internes telles que l'étude MAP au sein du CSA associée à des outils développés directement par les régulateurs.
- Soit la comparaison à un seuil. Cette dernière méthodologie a été mise en place en Finlande, aux Pays-Bas, en Communauté flamande et en Estonie.

3. Méthodologie de calcul pour les services linéaires

Il existe deux types de services linéaires distincts sur le marché de la Fédération Wallonie-Bruxelles : les services dits « classiques » et les services « premium ».

3.1 Les services « classiques »

Les services linéaires classiques ont un modèle économique avant tout fondé sur les revenus générés par la communication commerciale et les droits de distribution. Il s'agit notamment des services tels que les chaînes du groupe RTL Belgium, AB ou TFI.

Conformément aux principes repris *supra*, il est proposé d'utiliser l'étude d'audience du CIM, qui est largement usitée par le secteur et qui dispose de l'assentiment des éditeurs des différents services concernés.

Après analyse des méthodologies proposées par le CIM et échanges avec celui-ci, deux indicateurs peuvent être mobilisés afin d'établir le pourcentage d'audience par rapport à l'audience totale :

- La part de marché en % sur la population totale, « journée complète » qui calcule la part de marché sur l'ensemble de la population ;
- La part de marché en % qui calcule la part de marché d'un service sur son public-cible et pendant la tranche horaire pertinente pour ce public-cible. Ce second indicateur permet de ségréguer les audiences et reflète plus distinctement les habitudes de consommation des médias des différents consommateurs et consommatrices sur le marché. Elle vise notamment à permettre un ciblage plus fin de la communication sur les différents services.

L'indicateur « part de marché en pourcentage » étant celui qui permet une analyse plus fine de l'audience du service au regard de son public cible, avec un impact sur ses recettes publicitaires, est plus représentatif des conditions du marché. Le Collège d'autorisation et de contrôle propose de reprendre cet indicateur pour mesurer l'audience d'un service au regard de l'audience totale.

A titre d'exemple, les données reprises ci-dessous présentent les données du CIM pour les parts de marché en 2023, le contrôle reposant sur les données de l'année N-1.

Chaîne	Parts de marché en % sur la population totale Journée complète	Cible	Période	Part de marché en %
La Une	19,81	PRA 18-54 ans	12-26h	15,09
RTL tv	16,70	PRA 18-54 ans	12-24h	20,83
TF1	12,07	PRA 18-54 ans	12-26h	14,75
Tipik	4,43	PRA 18-54 ans	2-26h	5,22
AB3	4,13	PRA 18-44 ans	12-26h	6,62
RTL club	3,39	Hommes 18-54 ans	17-23h	6,34
TMC	2,25	PRA 18-54 ans	12-26h	2,78
C8	2,03	PRA 18-54 ans	6-26h	1,91
RTL plug	1,97	18-44 ans	17-23h	3,85
ABXPLORE	1,58	Hommes 18-44 ans	2-26h	3,15
La Trois	1,56	PRA 18-54 ans	2-26h	1,38
13IEME RUE FR	1,24	PRA 18-54 ans	6-26h	1,23
Les News 24	0,98	PRA 18-54 ans	2-26h	1,13
DISNEY JUNIOR FR	0,77	4-14	6-20h	11,08
NATIONAL GEOGRAPHIC FR	0,71	PRA 18-54 ans	6-26h	1,06
ELEVEN PRO LEAGUE 1 FR	0,55	Hommes 18-54 ans	6-26h	0,72
NICKELODEON (FR)	0,52	4-14	6-20h	10,68
SYFY FR	0,48	PRA 18-54 ans	6-26h	1,08
DISNEY CHANNEL FR	0,33	4-14	6-20h	3,49
MTV (FR)	0,20	PRA 18-54 ans	2-26h	0,47
Cartoon Network (FR)	0,14	4-14	6-20h	2,98
ELEVEN FR	0,10	Hommes 18-54 ans	6-26h	0,17
CANAL Z (FR)	0,07	PRA 18-54 ans	6-26h	0,04
DOBBIT FR	0,06	PRA 18-54 ans	6-26h	0,06
ELEVEN PRO LEAGUE 2 FR	0,05	Hommes 18-54 ans	6-26h	0,05
ELEVEN 2 FR	0,00	Hommes 18-54 ans	6-26h	0,07
STUDIO 100 TV FR	0,00	4-14	6-20h	0,00

Source : [CIM - Parts de marché 2023 - Sud](#)

3.2 Les services premium

Les services premium ont un modèle économique avant tout fondé sur la souscription des consommateurs à des bouquets thématiques spécialisés. Il s'agit notamment des services tels que BeTV, BeCiné et Beséries.

L'audiométrie du CIM ne constitue pas un indicateur pertinent pour les services premium, qui ne sont pas accessibles sur la même base que les services « classiques ». Certains ne diffusent pas de communication commerciale et n'ont donc pas d'intérêt à souscrire aux études du CIM pour mettre leurs chiffres d'audience en valeur auprès des annonceurs.

Par ailleurs, via les souscriptions, ces services disposent de données plus précises en ce qui concerne leur nombre d'abonnés et abonnées. En outre, le chiffre d'affaires de ces services étant directement proportionnel au nombre d'abonnés, et donc à l'audience, il n'est pas pertinent de prévoir une méthodologie de calcul distincte de celle du chiffre d'affaires pour ces services « premium ».

4. Méthodologie de calcul pour les services non linéaires

Comme le recommande la Commission européenne, l'audience d'un service non linéaire peut être déterminée en considérant « le nombre des utilisateurs divisé par le nombre total d'utilisateurs de service de VOD disponibles sur le marché », partant du principe que la détermination de l'audience se fonde sur les ventes de services.

4.1 Le nombre total d'utilisateurs

Il n'est néanmoins pas possible de comptabiliser le nombre total d'utilisateurs de service de VOD en Belgique francophone sans courir le risque d'un double comptage, considérant qu'un même utilisateur peut être abonné à plusieurs services différents de VOD. Ainsi, si l'on prend en compte le nombre total d'abonnés à des SVOD – sans compter les utilisateurs d'autres services sans abonnements – le résultat pourrait être supérieur au nombre d'habitants de la Belgique francophone. En outre, contrairement à d'autres pays européens, il n'existe pas à ce stade en Fédération Wallonie-Bruxelles, d'opérateur tiers (comme le CIM) qui propose des mesures des audiences non linéaires.

Dans la législation sur les services numériques (le Digital Services Act), la Commission européenne utilise des seuils fixes pour classer, par exemple, les très grandes plateformes en lignes (VLOP's) au lieu des seuils basés sur des pourcentages du nombre total d'utilisateurs actifs. De la même manière, et comme mentionné supra, il s'agit de la méthode développée par plusieurs Etats membres, qui paraît la plus appropriée pour la Fédération Wallonie-Bruxelles, au vu des outils existants.

Définition du seuil

L'esprit de cette méthode est donc de comparer le nombre d'utilisateurs d'un service à un seuil théorique minimum. Si le nombre d'utilisateurs de ce service est supérieur à ce seuil, l'éditeur contribue et dans le cas contraire, il bénéficie de la dérogation car il est considéré comme ayant une faible audience.

De manière identique à la méthode retenue par la Communauté flamande, il est proposé de définir un seuil théorique au sein de la population FWB afin de pouvoir le comparer aux chiffres fournis par les éditeurs de services.

Ce seuil théorique est défini sur la base du nombre de ménages privés en FWB en 2023, soit 2.198.090¹ ménages, qui sont donc susceptibles de souscrire à un abonnement de service VOD. Cela représente 46,5% de la population totale de la FWB (4.719.250 personnes²). Par simplification et au vu de la disponibilité des données, il est proposé d'appliquer un seuil de 0,5% de la population totale de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

En d'autres termes, si le service atteint moins de 0,5% de la population de la Fédération Wallonie-Bruxelles en tant que « utilisateurs actifs », le service est considéré comme ayant une faible audience.

Le calcul de ce seuil pour 2023 donne un nombre qui s'élève à 23.596 utilisateurs actifs (0,5 % de 4.719.250 = 23.596).

¹ https://www.plan.be/databases/data-49-fr-perspectives_de_menages_2023_2070

² https://statistiques.cfwb.be/fileadmin/sites/ccfwb/uploads/documents/CC2023_web.pdf - La population de la FWB est calculée en additionnant la population wallonne (de laquelle on soustrait la population des 9 communes de la Communauté germanophone) et 90% de la population de la Région de Bruxelles-Capitale.

4.2 Détermination de la notion d'utilisateurs actifs

Comme le prescrit le décret³, une méthode d'évaluation est prévue pour chacun des types de services :

- Les services par abonnement payants (SVOD)
- Les services accessibles sur demande transactionnelle (TVOD)
- Les services à accès gratuits (AVOD)

Au vu des recommandations de la Commission européenne reprise *supra*, il s'agit de déterminer une « période appropriée et significative » à partir de laquelle un utilisateur est considéré comme étant actif.

Après analyse des systèmes mis en place dans les autres Etats membres, l'on constate que des modèles très divers existent, en particulier lorsque les régulateurs nationaux s'appuient sur un système d'audiométrie via un opérateur tiers.

Au vu également des pratiques des régies publicitaires du marché qui font plus régulièrement référence à la notion d'utilisateurs actifs « par mois », il est proposé de déterminer la notion d'utilisateur actifs de la manière suivante :

- Pour la SVOD, le nombre d'abonnés à un moment déterminé de l'année N-1
- Pour la TVOD, le nombre d'utilisateurs qui procèdent au moins à un achat par mois, en moyenne annuelle de l'année N-1 ;
- Pour l'AVOD, le nombre d'utilisateurs (visiteurs uniques) par mois, ramené en moyenne annuelle de l'année N-1 ;

Les opérateurs qui souhaitent solliciter la dérogation au régime de contribution et au régime de mise en valeur des œuvres européennes doivent fournir les données permettant de démontrer que leurs services sont de faible audience et que leur nombre d'utilisateurs actifs est inférieur au seuil déterminé de 23.596 utilisateurs actifs.

5. Conclusions

La mise en œuvre de la notion de faible audience pour permettre aux éditeurs de déroger aux obligations de mise en valeur des œuvres européennes et de contribution à la production doit pouvoir s'inscrire dans une perspective non complexe, tant pour les régulateurs que pour les éditeurs concernés.

Au regard du benchmark sur les systèmes mis en place dans les autres Etats Membres, diverses méthodologies ont été mises en œuvre. Il n'existe pas, ni dans l'industrie ni au niveau réglementaire, de notion tout à fait commune « d'utilisateurs actifs » des services linéaires.

³ Les services des "offres de services groupés" mentionnés par le décret correspondent, sur le marché francophone, aux services premium.

Compte tenu de ces éléments, le Collège d'autorisation et de contrôle propose la méthodologie de calcul qui correspond aux outils et aux usages sur le marché de la FWB. Cette méthodologie devra être testée et évaluée, les pratiques évoluant rapidement. Le CAC procédera à l'évaluation et, le cas échéant, proposera au Gouvernement les adaptations nécessaires.

Vu pour être annexé à l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française portant approbation de la décision du Collège d'autorisation et de contrôle du CSA définissant la méthodologie relative au calcul de la part d'audience des services de médias audiovisuels dans le cadre de la contribution à la production.

Par le Gouvernement de la Communauté française :

La Ministre-Présidente,

Elisabeth DEGRYSE

La Ministre des Médias,

Jacqueline GALANT