

## Contribution du CSA à la revue stratégique de l'ARCEP

Le Conseil a considéré avec attention l'exercice de revue stratégique mené par l'ARCEP qui souligne les nombreux enjeux auxquels le secteur des communications électroniques devra faire face, dans le contexte de la numérisation générale de l'économie. Comme il l'a fait fin décembre 2014 à l'occasion de la consultation organisée par le Conseil national du numérique, le CSA entend réaffirmer les enjeux forts que représente la mutation numérique pour le secteur audiovisuel.

Le Conseil se félicite que l'ARCEP souligne dans son document de consultation qu'il paraît opportun que « *l'ensemble des administrations de l'Etat concernées [...] puisse se concerter pour analyser conjointement et apporter des réponses cohérentes aux acteurs du secteur et bénéficier ainsi de synergies d'expertise mais aussi d'action* ». Ce principe d'une collaboration entre institutions publiques répond à une préoccupation du CSA devant la transformation que connaissent depuis plusieurs années tous les secteurs de l'économie et notamment celui de l'audiovisuel.

On observe un bouleversement du secteur audiovisuel induit par le numérique. L'audiovisuel vit à l'ère du numérique et le numérique vit à l'ère de l'audiovisuel. Des mutations importantes découlent de cet entrelacement, qui peuvent être profitables sous certaines conditions, mais qui nécessitent que les pouvoirs publics s'y préparent et les accompagnent afin d'œuvrer, dans un cadre de concurrence équitable, pour l'émergence de modèles respectant les libertés fondamentales, favorisant le financement de la création française et européenne, ainsi que la diversité culturelle.

Le contexte actuel a fait émerger une multitude d'acteurs polymorphes, agiles et multi-marchés, à l'articulation entre utilisateur et contenu, qui bousculent les positions établies et qui ont acquis une place déterminante dans l'économie générale, et celle du secteur audiovisuel en particulier. Afin que puisse se maintenir la dynamique concurrentielle engagée et que soient élargies les possibilités de financement de la création européenne et française, ce phénomène doit être accompagné en s'appuyant sur des outils réglementaires souples dans un principe général de loyauté.

Au cœur du modèle de développement du numérique, l'innovation ne doit pas être entravée par une intervention des pouvoirs publics qui serait inadaptée aux nouveaux modèles économiques et organisationnels. L'innovation, largement réalisée autour des données (*Big data*), irrigue l'ensemble de la chaîne de valeur de l'audiovisuel, que ce soit la création, l'édition ou la distribution. Le Conseil entend soutenir autant l'évolution des services et usages actuels que l'apparition de nouvelles offres. Il souhaite développer l'éducation aux nouveaux médias qu'appelle désormais la relation forte entre numérique et audiovisuel.

Cette réflexion suggérée par l'ARCEP, selon un modèle qui reste à définir, pourrait prendre la forme d'un forum des institutions qui serait l'occasion d'échanger sur les études<sup>1</sup> menées de part et d'autre, et de travailler conjointement sur des problématiques communes. Une telle approche institutionnelle s'inscrirait en outre dans la lignée des recommandations que la Commission de suivi des usages de la télévision connectée, placée sous l'égide du CSA, avait émises fin 2012, s'agissant notamment des données à caractère personnel. Elle fait enfin écho aux actions engagées au niveau européen et en

---

<sup>1</sup> Le CSA a ainsi engagé une étude de nature économique et concurrentielle sur les « plateformes numériques » et plus particulièrement sur leurs places, leurs effets et leurs conséquences en matière de régulation audiovisuelle.

particulier au sein de l'ERGA<sup>2</sup>, dont une des priorités a été en 2015 de mener une réflexion sur le champ d'application de la directive sur les services de médias audiovisuels<sup>3</sup> visant à prendre en compte l'émergence des nouveaux acteurs du numérique.

---

<sup>2</sup> L'ERGA (European Regulators Group for Audiovisual Media Services) réunit les dirigeants des autorités de régulation des États membres de l'Union européenne chargées de l'audiovisuel pour apporter une contribution coordonnée et opérationnelle à la Commission dans l'évolution du cadre juridique européen, sur des sujets aussi décisifs pour l'évolution de la régulation de l'audiovisuel que la convergence des services de médias à l'ère du numérique, la protection des publics, la liberté d'expression et le pluralisme, et l'affirmation de l'indépendance des autorités de régulation. L'ERGA a été institué par une décision de la Commission européenne du 3 février 2014.

<sup>3</sup> 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 (directive Services de médias audiovisuels) dite Directive SMA.

## **Les enjeux d'une réflexion partagée entre institutions sur les effets de la numérisation de l'économie, et en particulier sur le secteur de l'audiovisuel**

### **I. Les nouveaux modèles économiques à l'ère du numérique nécessitent un accompagnement de la part des pouvoirs publics**

#### **Le numérique à l'ère de l'audiovisuel**

Le contenu audiovisuel devient un, si ce n'est le premier, moteur de consommation sur internet et se trouve, pour de nombreux acteurs, d'autant plus au cœur de leur modèle économique qu'il se professionnalise, permet d'enclencher un cercle vertueux par son potentiel de captation d'audience et trouve un amplificateur dans le développement des terminaux connectés (téléviseurs, tablettes et ordiphones). Le succès de certains fournisseurs de vidéo à la demande par abonnement confirme ce mouvement, ainsi que l'importance des outils qui permettent la promotion et la consommation des contenus.

Les acteurs de l'internet pour lesquels le contenu, en particulier audiovisuel, constitue l'une des pierres angulaires de leur modèle économique partagent une autre caractéristique, celle d'une croissance particulièrement rapide à l'échelle mondiale et qui a conduit à la constitution (tout aussi rapide) d'activités et de services structurés verticalement et largement adoptés par les consommateurs. Ce modèle en silo constitue aujourd'hui une source de risques potentiels sur des domaines aussi variés que le financement de la création, l'équilibre du jeu concurrentiel, l'accès au contenu, la diversité culturelle et la protection des données privées.

#### **L'audiovisuel à l'ère du numérique**

Le développement de l'audiovisuel dans et par le numérique ne doit pas être abordé comme un phénomène à endiguer, mais bien comme une source de bénéfice collectif, notamment pour les contenus européens et français qui peuvent ainsi trouver un nouveau support d'exposition et de rémunération. La transformation des usages correspond à une attente forte des publics, notamment les plus jeunes.

La régulation doit évoluer pour accompagner les transformations des usages et du secteur, permettre une création de valeur irriguant les secteurs audiovisuel et numérique et favoriser le développement de l'offre légale. La convergence entre audiovisuel et numérique ne doit pas s'abstraire du respect de certaines valeurs fondamentales comme la protection des publics sensibles, la lutte contre le racisme et l'antisémitisme, contre les discriminations, contre les appels à la haine et à la violence, ou la préservation du pluralisme politique. En outre, la création audiovisuelle et cinématographique s'appuie sur des mécanismes dont les effets doivent être pérennisés en particulier par la contribution de tout acteur tirant un revenu de l'exploitation ou de la distribution d'un contenu. La régulation de l'audiovisuel à l'ère du numérique ne saurait cependant être directement calquée sur la régulation actuelle mais s'exercer par l'intermédiaire d'outils adaptés et pleinement considérer les aléas potentiels que les acteurs de l'internet font peser sur l'audiovisuel et plus largement sur le contenu et

le public. Ces acteurs peuvent être développés verticalement, mais également intercalés entre les éditeurs, linéaires ou non, et les utilisateurs (fabricants de terminaux, magasins d'applications, éditeurs de systèmes d'exploitation, réseaux sociaux ou encore moteurs de recherche).

Les transformations, liées au déploiement des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) et à la numérisation des contenus, affectent fortement le fonctionnement du secteur audiovisuel et la poursuite d'objectifs de politique publique qui demeurent pertinents et d'importance. Elles doivent à ce titre être considérées d'un point de vue institutionnel et susciter le partage et l'échange entre services de l'Etat sur nombre de sujets. Il s'agit, pour le CSA, de poursuivre des objectifs variés au premier rang desquels :

i) Assurer les conditions d'un jeu concurrentiel équitable

En matière de concurrence, la pression exercée par les acteurs de l'internet peut être à l'origine de distorsions dans l'acquisition de contenus, la captation de l'audience, ou sur le marché publicitaire. Ces acteurs sont en effet autant de possibles gardiens de l'accès aux contenus (« gatekeepers »), dès lors, qu'ils s'appuient sur une position forte sur leur marché ou leur secteur d'activités, qu'ils sont devenus indispensables à leurs usagers et qu'ils constituent un maillon incontournable de l'économie des tiers devant interagir avec eux, en particulier les éditeurs de contenus.

Les distorsions dans le jeu concurrentiel, qui s'exerce désormais entre des diffuseurs et éditeurs locaux et des acteurs financièrement puissants déployés mondialement, ont pour conséquence possible une réduction du choix des usagers et sont ainsi porteurs d'enjeux considérables en matière de pluralisme et de diversité culturelle. La fonction prescriptive de ces intermédiaires amplifie le phénomène à travers une certaine opacité de l'accès aux contenus et des critères de proposition. Cette opacité a pour effet direct une moindre diversité des contenus proposés, notamment du fait d'un mécanisme de sélection et d'exposition fondé sur une exigence de rentabilité.

ii) Favoriser l'exposition et le financement des œuvres dans toute leur diversité, et œuvrer pour le développement de l'industrie culturelle

Favoriser la diversité culturelle effective, c'est-à-dire la diversité de l'offre (« diversité proposée ») mais aussi la diversité de la demande (« diversité consommée »), et lutter contre la dépréciation des œuvres sont deux objectifs intimement liés. Le numérique s'accompagne d'un basculement d'une logique d'offre vers une logique de demande, invitant à réfléchir aux moyens de promouvoir la diversité culturelle.

Le financement de la création est également au centre des réflexions sur une révision des modes de régulation. Les intermédiaires, les plateformes, les fabricants de terminaux et, plus généralement, les acteurs de la société de l'information, parce qu'ils jouent un rôle de gardiens d'accès, sont susceptibles de capter une part importante de la valeur tirée des contenus audiovisuels. Certaines de leurs activités échappant au champ de compétences de la directive sur les services de médias audiovisuels, c'est tout le système de financement de la création, ses effets vertueux en matière de diversité et de qualité des contenus, qui s'en trouve remis en question dans sa pleine efficacité et ses pleins effets.

C'est notamment dans ce contexte que l'ERGA a discuté et adopté, le 21 octobre 2014, deux documents de cadrage, l'un sur le champ d'application de la directive sur les services de médias audiovisuels (SMA) et l'autre sur la protection des mineurs dans un environnement convergent. Ces

documents avaient pour objectif de préparer les travaux sur ces sujets devant être menés en 2015 (sous la forme de rapports aujourd'hui en phase de validation) et visant à apporter à la Commission européenne une contribution, opérationnelle et coordonnée sur l'évolution du cadre juridique européen.

La valorisation des œuvres doit rester au centre des attentions. La diversification de l'offre, *a priori* favorable aux auteurs et aux producteurs en ouvrant de nouvelles possibilités d'exposition pour des œuvres au potentiel commercial plus limité, s'accompagne d'un changement dans les modes de consommation propre à menacer la valorisation de certaines œuvres : fragmentation et captation de l'audience traditionnelle, fractionnement des offres par type ou thématique de contenus, généralisation des abonnements résiliables à tout moment, concurrence de formats qui se prêtent naturellement aux usages délinéarisés et illimités.

Pour autant, la transformation des usages n'est pas inévitablement synonyme de destruction de valeur à long terme. Si elle l'est à court terme (l'hypothèse est elle-même difficile à vérifier compte tenu de la multiplicité des sources de financement), c'est avant tout du fait d'une maturité incomplète du marché : les modèles économiques ne sont pas stabilisés, l'offre reste à la fois trop fragmentée, trop peu diversifiée et ne répond pas encore pleinement aux attentes des publics. C'est également du fait d'une pratique du piratage fortement ancrée : le développement d'une offre légale de qualité constitue pour le Conseil un objectif d'importance dans la mesure où il constitue un moyen de lutte efficace.

D'un point de vue réglementaire, les conditions pour le développement d'un continuum d'offres délinéarisées, des plus abordables à celles qualifiées de « premium », ne sont pas encore réunies en France. Certaines des règles en vigueur (relatives à la chronologie des médias ou aux dispositions du décret relatif aux services de médias audiovisuels à la demande (SMAD)) sont susceptibles d'entraver l'émergence d'offres attractives et diversifiées, risquent de les cantonner dans un segment peu créateur de valeur et d'empêcher qu'elles deviennent un véritable relais de croissance pour le financement de la création.

L'enjeu n'est pas uniquement de défendre un haut niveau de financement global, il est aussi de préserver la forme de financement essentielle de l'économie de la création, à savoir le financement en amont. Alors que le marché de la vidéo à la demande (VàD) à l'acte s'apparente à celui du DVD (logique de non exclusivité des catalogues, qui se prête très mal au préfinancement des œuvres), le marché de la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) pourrait se construire en partie sur le modèle de la télévision payante (logique de préfinancement assortie d'exclusivités qui permettent aux services de se différencier les uns par rapport aux autres). Le Conseil demeure attentif au développement harmonieux de ces services.

Le décret relatif aux services de médias audiovisuels à la demande<sup>4</sup> soumet les nouveaux services à des obligations de financement et d'exposition inspirées de celles applicables aux chaînes de télévision et adaptées aux spécificités de ces services. Si le principe de ces obligations, d'ailleurs prévues par la directive SMA, se justifie, leurs modalités peuvent être améliorées pour encourager le développement d'une offre audiovisuelle numérique française compétitive et diversifiée. Certaines modalités en la matière pourraient ainsi être allégées et simplifiées (simplification des seuils et mutualisation des obligations entre les différents SMAD d'une même entreprise) sans remettre en cause l'objectif d'un niveau élevé de financement. De même, l'évolution des usages et des modèles économiques, et notamment le développement de modèles hybrides mêlant les différents modes d'accès aux œuvres,

---

<sup>4</sup> Décret n° 2010-1379 dit Décret SMAD

devraient conduire à des réflexions sur la pertinence des catégories juridiques qui distinguent télévision, notamment télévision payante, et SMAD et, au sein de ces derniers, V&D à l'acte, V&DA et télévision de rattrapage. Logiques d'offre et de demande, logiques linéaire et non-linéaire, tendent à se fondre dans des services globaux. La réglementation doit fixer des règles générales susceptibles de s'adapter à la mutation déjà engagée des usages et des technologies.

### iii) Faire respecter les libertés individuelles

Sur ce sujet, la collaboration entre différentes institutions apparaît d'autant plus nécessaire que la protection des données à caractère personnel représente un enjeu de première importance partagé par plusieurs autorités publiques.

Au cœur de l'innovation dans l'écosystème numérique, les données des usagers constituent l'un des outils accompagnant et permettant le développement de l'audiovisuel à l'ère numérique. Les consommateurs seront les bénéficiaires directs des services, notamment de personnalisation ou de recommandation, établis sur la base de ces données, à la condition qu'ils conservent une capacité de libre choix. A cet égard, les plateformes, les intermédiaires, mais également les éditeurs de services audiovisuels numériques « over-the-top » (OTT), qui tirent leur force de leur capacité à valoriser ces informations collectées auprès de leurs usagers, doivent faire l'objet d'une attention spécifique.

Enfin, se pose la question de l'évolution des dispositifs actuels de contrôle de la concentration pluri-médias pour tenir compte de la présence renforcée du numérique dans les offres d'information et de contenus ; il convient d'en favoriser le développement ou, à tout le moins, de ne pas contraindre trop fortement l'émergence de certains modèles pluri-médias.

## **II. Les grands principes du numérique doivent être définis autour d'un impératif général de loyauté**

Les intermédiaires numériques occupent désormais une position sur la chaîne de valeur qui doit être examinée avec vigilance pour que puisse être préservé un équilibre satisfaisant entre innovation, bénéfice pour les utilisateurs, et objectifs publics. Cette réflexion doit donc aussi s'inscrire dans une approche institutionnelle commune et partagée.

### **Préciser le statut juridique des plateformes**

Croissance rapide, échelle mondiale, et développement prompt d'activités et de services structurés verticalement et largement adoptés par les consommateurs caractérisent la dynamique des grands acteurs d'Internet. Au-delà des effets de nature économique et concurrentielle qui en découlent, des conséquences d'ordre juridique résultent de ces mouvements de transformation et de structuration du secteur d'Internet.

La dichotomie définie par l'article 6 de la LCEN entre éditeurs, d'un côté, et hébergeurs, de l'autre, doit être revue à la lumière du développement d'Internet et d'acteurs pour lesquels le contenu, en particulier audiovisuel, constitue une pierre angulaire de leur modèle économique. Ces nouveaux acteurs intermédiaires regroupent les plateformes de partage, les fabricants de terminaux, les magasins

d'applications, les éditeurs de systèmes d'exploitation, les réseaux sociaux ou encore les moteurs de recherche qui sont autant de « gardiens de l'accès » (*gatekeeper*) aux contenus dont il serait naturel qu'ils entrent dans le champ de la régulation.

C'est dans ce contexte que le Conseil d'État a proposé dans son étude « Le numérique et les droits fondamentaux » (septembre 2014) de créer une nouvelle catégorie juridique, celle « des plateformes », dans la mesure où nombre d'entre elles ne se contentent pas de stocker passivement les offres des sociétés tierces ou les contenus mis en ligne mais les organisent en les indexant et en faisant, le cas échéant, des recommandations personnalisées aux internautes. Le CSA partage cette proposition, qu'il avait déjà formulée dans son rapport de janvier 2013 sur l'adaptation de la régulation audiovisuelle (proposition 16 : revoir les catégories juridiques et les obligations correspondantes auxquelles se rattachent certains acteurs de la télévision connectée). Le Conseil souligne cependant que la définition esquissée dans le projet de loi pour une république numérique relève d'abord d'une approche répondant à des préoccupations propres au droit de la consommation et ne prend pas en compte les enjeux audiovisuels tenant en particulier au rôle joué par les distributeurs de contenu vidéo.

A cet égard, il semble inadapté de vouloir appliquer aux acteurs d'Internet et aux distributeurs de contenus audiovisuels ou vidéos, une régulation calquée sur la régulation audiovisuelle « traditionnelle ». C'est dans une démarche volontaire reposant largement sur la co-régulation ou l'auto-régulation supervisée des contenus audiovisuels qui ne relèvent pas aujourd'hui de la sphère régulée (comme les services de télévision, de radio ou les services de médias audiovisuels à la demande), que doit s'établir ce mécanisme dont l'enjeu principal réside dans la conciliation de la liberté d'expression et des principes d'ordre public. Cette articulation, qui doit reposer sur un dialogue étroit entre l'autorité administrative compétente et les plateformes, mais également avec la communauté des utilisateurs, vise avant tout à définir les contours d'une action transparente, comprise, responsable et efficace, permettant d'assurer le respect de valeurs fondamentales comme la protection des mineurs ou la lutte contre les discriminations.

### **Allier innovation, liberté individuelle et diversité culturelle**

Délinéarisation et « *Big Data* » participent d'un même mouvement : le passage d'une logique d'offre, centrée sur les choix de programmation de l'éditeur en charge de l'éditorialisation, à une logique de demande, fondée sur les préférences du téléspectateur ou de l'auditeur. Cette transformation renouvelle profondément le rôle de l'éditeur de services audiovisuels ainsi que les modalités de la prescription.

S'il offre aux acteurs de l'audiovisuel des perspectives de développement économique particulièrement intéressantes, le « *Big Data* » et, plus largement, la recommandation personnalisée qu'il facilite, oblige aussi les autorités publiques de régulation à s'interroger sur leurs missions, leurs moyens d'intervention et l'efficacité de leurs politiques publiques.

L'enjeu le plus évident réside dans les menaces qui pèsent sur la vie privée. Alors que la diffusion hertzienne (analogique ou numérique) repose sur un principe d'anonymat total, les services audiovisuels distribués par Internet recueillent auprès de leurs utilisateurs de nombreuses données personnelles, et les téléviseurs connectés eux-mêmes sont désormais capables de collecter directement ces données. Dans ce contexte, les principes d'anonymisation des données et d'information préalable du consommateur sont susceptibles d'être remis en cause. Si la protection des données personnelles relève principalement de la CNIL, le CSA est chargé par la loi de veiller au respect du secret des choix

des téléspectateurs et des auditeurs<sup>5</sup>. L'une des recommandations de la commission de suivi des usages de la télévision connectée créée en 2012 par le CSA concernait d'ailleurs l'élaboration de recommandations générales et de bonnes pratiques permettant d'assurer un contrôle de l'internaute sur l'utilisation des données le concernant. Il s'agit en outre d'un enjeu majeur de l'éducation aux médias du numérique.

Mais pour les régulateurs, au souci de réduire l'opacité qui entoure le fonctionnement des mécanismes de recommandation s'ajoute le souci de promouvoir la diversité des programmes et du caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion : la personnalisation de l'offre peut avoir pour effet pervers, si elle est excessive, d'enfermer le téléspectateur dans ses propres goûts, au détriment de la curiosité et de la découverte. « L'exploitation » prend alors le dessus sur « l'exploration ».

Dans son étude « Le numérique et les droits fondamentaux », le Conseil d'Etat, tout en reconnaissant l'utilité des algorithmes qui sous-tendent les dispositifs de recommandation personnalisée, identifie trois risques : une personnalisation excessive et non voulue des données fournies à l'internaute, la confiance abusive dans la prescription proposée et les problèmes d'équité engendrés par l'exploitation des données personnelles.

En outre, et comme le CSA l'a souligné auprès de la Commission européenne dans sa réponse au livre vert publié en 2013 sur la convergence<sup>6</sup>, la personnalisation des contenus et des recommandations est susceptible de mettre en échec l'obligation d'exposition qui constitue l'un des piliers de la réglementation, applicable tant aux services linéaires qu'aux services non linéaires. Dans son rapport sur la régulation des SMAD<sup>7</sup>, le CSA a ainsi recommandé que lorsque la page d'accueil est personnalisée, l'éditeur intègre dans l'algorithme du moteur de recommandation les critères d'origine et de langue d'expression des œuvres.

Les dispositifs de recommandation personnalisée, qui s'appuient en particulier sur le « *Big Data* », témoignent de l'innovation qui irrigue l'audiovisuel et contribuent à son développement. Toutefois, de nombreux enjeux résident dans le développement de tels mécanismes et imposent une attention particulière pour que, d'une part, les moteurs de recommandations opèrent de manière transparente et que, d'autre part, ils ne soient pas les seuls moyens laissés à l'utilisateur pour accéder à des contenus audiovisuels.

### **III. La neutralité d'Internet doit promouvoir les principes de pluralisme et de diversité culturelle**

La neutralité d'Internet est un concept sujet à polémiques et parfois mal compris, derrière lequel se mêlent des enjeux touchant à la liberté d'expression et des considérations d'ordre économique.

---

<sup>5</sup> Article 3 de la loi du 30 septembre 1986 : « *Le secret des choix faits par les personnes parmi les services de communications électroniques et parmi les programmes offerts par ceux-ci ne peut être levé sans leur accord* »

<sup>6</sup> « Se préparer à un monde audiovisuel totalement convergent : croissance, création et valeurs », avril 2013

<sup>7</sup> Rapport au Gouvernement sur l'application du décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande (SMAD), 23 décembre 2013



La neutralité du net, à laquelle le CSA est par essence attaché, ne s'oppose pas à la poursuite des objectifs de politique publique que l'on rassemble sous la notion d'exception culturelle, à savoir la promotion de la diversité culturelle et l'encouragement au financement de la création.

La neutralité vise à assurer un traitement égal de tous les flux de données par les fournisseurs d'accès à Internet (FAI) ; elle constitue une garantie de la liberté de communication. Elle est aussi un gage de pluralisme et de diversité culturelle, deux objectifs au cœur des missions du CSA, lequel, aux termes de la loi de 1986, est le garant de l'exercice de la liberté de communication audiovisuelle. La neutralité contribue d'une part à l'exercice d'une concurrence saine et non faussée, et stimule d'autre part l'innovation, indispensable au développement du secteur audiovisuel. Elle protège les acteurs audiovisuels français, désormais tous présents sur Internet, contre un risque d'accaparement de la bande passante par les opérateurs dominants, et en particulier les géants du net.

En revanche, un principe de neutralité du net qui exclurait toute possibilité de régulation, serait susceptible de compromettre la défense de la création européenne et d'expression originale française. Elle se retournerait alors, paradoxalement, contre les principes qu'elle vise à garantir : le pluralisme et la diversité culturelle.

Ainsi, le Conseil rappelle ses recommandations tendant à ce que le cadre juridique fasse apparaître l'expression d'une préférence au sein des offres de services gérés par les opérateurs de communications électroniques, des services respectant des objectifs d'intérêt général comme la participation au financement de la création européenne. À ce titre, les opérateurs établis dans des pays tiers mais opérant sur le territoire européen ou des opérateurs qui ne sont pas actuellement couverts par le champ de la directive SMA (opérateurs « OTT », constructeurs de terminaux) pourraient adopter des engagements dans ce domaine.