

## **REPONSE DE BE TV A LA CONSULTATION PUBLIQUE SUR LE PERIMETRE DE L'AUDIOVISUEL**

### **Question 1 :**

Le décret SMA qualifie de « service de média audiovisuel », le service qui répond aux sept critères suivants :

#### **1) Être un service**

Le SMA est un service économique, c'est-à-dire qu'il est en principe offert moyennant une contrepartie. Cette contrepartie peut émaner du bénéficiaire du service ou d'un tiers et il n'a pas nécessairement un caractère pécuniaire ou lucratif. La contrepartie émane généralement du public, des annonceurs, des pouvoirs publics ou encore des donateurs et sympathisants. Si la contrepartie n'est pas clairement établie, un SMA sera aussi qualifié comme tel s'il entre en concurrence avec la radiodiffusion traditionnelle.

#### **2) Être édité sous la responsabilité éditoriale d'un éditeur.**

Le SMA est édité sous la responsabilité éditoriale d'un éditeur. Cette responsabilité consiste en un contrôle effectif sur la sélection des programmes, c'est-à-dire le choix d'intégrer ou non certains programmes dans le service, et sur l'organisation des programmes, c'est-à-dire l'agencement de ces programmes dans une grille chronologique ou un catalogue.

#### **3) Avoir l'audiovisuel pour objet principal**

Le SMA a pour objet principal la communication au public de programmes télévisuels ou sonores. L'objet principal du service peut être dégagé en isolant un service constitué sous forme d'un catalogue cohérent et essentiellement audiovisuel ou, à défaut, en appréciant au cas par cas, la prééminence audiovisuelle au sein d'un service au contenu hybride.

#### **4) Etre destiné au public**

Le SMA est destiné au public et il n'a aucun caractère privé caractérisé par une forme de confidentialité. Son caractère public est déterminé, non par le nombre d'utilisateurs réels, mais par le nombre d'utilisateurs potentiels.

**5) Etre composé de programmes télévisuels ou sonores**

Le SMA est composé de programmes télévisuels – un ensemble d'images animées combinées ou non à du son – ou de programmes sonores – un ensemble de sons seuls. Ces programmes ont une forme et un contenu, comparables aux programmes « classiques » de radio et de télévision.

**6) Etre communiqué par des réseaux de communication électroniques**

Le SMA est transmis par un réseau de communications électroniques, tel qu'un réseau câblé, un réseau hertzien, un satellite, Internet, un réseau mobile.

**7) Poursuivre le but d'informer, de divertir, d'éduquer ou d'assurer une communication commerciale**

Le SMA poursuit - sans être nécessairement cumulatifs - l'un des objectifs suivants : informer, divertir, éduquer ou assurer une communication publicitaire.

D'autres critères pourraient-ils être utilisés pour déterminer quels contenus constituent « l'objet principal » d'un service hybride ?

**Réponse de Be TV à la question n°1**

Be TV estime qu'il ne faut pas prévoir d'autres critères que ceux qui existent. Néanmoins la définition du SMA pourrait être complétée par des exemples couvrant les services qui n'entrent pas dans la notion de SMA, comme le prévoit la directive (cf. réponse à la question 5).

Les services hybrides devraient être appréhendés comme SMA s'ils ont pour objet principal la communication au public de programmes sonores et télévisuels.

La question de savoir s'ils ont pour objet principal, la communication au public de programmes sonores et télévisuels, est une question de fait, à laisser à l'appréciation souveraine du Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Dans son appréciation, le Conseil supérieur de l'audiovisuel doit être attentif au respect du principe de neutralité technologique et ne pas tenir compte du mode de communication du service. Il doit par ailleurs veiller au respect du principe d'égalité et de non-discrimination pour éviter les risques de distorsion de concurrence, entre les différents éditeurs de services de médias audiovisuels.

## **Question 2 :**

Pour la manière dont les services hybrides doivent être régulés, le Collège distingue deux options possibles. Laquelle de ces options vous semble-t-elle la plus opportune ?

« Au cas où un service au contenu hybride est qualifié de SMA, la régulation s'appliquera ... :

- **Option 1** : ... sur tous les contenus du service. En effet, dès lors qu'il admet qu'un SMA ne doit comporter des contenus audiovisuels qu'à titre principal (et donc pas à titre exclusif), le décret admet que des contenus non audiovisuels en fassent partie. Aussi, comme les règles du décret sont conçues pour les SMA dans leur globalité et pas seulement pour leurs contenus audiovisuels, elles doivent s'appliquer à tout le SMA, moyennant bien entendu les adaptations nécessaires aux spécificités de certains contenus. En outre, la régulation de la totalité du service hybride est le seul moyen d'assurer à son public une protection similaire à celle à laquelle il peut s'attendre face à un service de la même catégorie qui serait exclusivement audiovisuel. Pour les services exclusivement audiovisuels, c'est en l'effet tout l'écran qui est régulé, et la protection de l'utilisateur d'un service hybride ne serait pas équivalente si seule une partie de l'écran était contrôlée.
  
- **Option 2** : ... sur les contenus audiovisuels du service ainsi que sur les contenus non audiovisuels qui en sont l'accessoire direct,

tels les sous-titres et les guides électroniques de programmes, ainsi que les contenus destinés à illustrer un contenu audiovisuel (par exemple les résumés, commentaires du public, etc.). »

### **Réponse à la question n°2**

Be TV estime qu'il faut faire une distinction entre les services hybrides où les contenus audiovisuels sont dissociables des autres éléments du service et ceux où ils sont indissociables.

Si les contenus audiovisuels sont dissociables des autres éléments du service hybride et peuvent faire l'objet d'une exploitation séparée, la réglementation ne devrait s'appliquer que sur les contenus audiovisuels du service ainsi que sur les contenus non audiovisuels qui en sont l'accessoire direct (option n°2).

En revanche, si les contenus audiovisuels sont indissociables des autres éléments du service hybride et que ce service hybride est qualifié de SMA parce qu'il a principalement pour objet la fourniture de contenus audiovisuels, la régulation s'appliquera à la totalité du service hybride (option n°1). Cette solution a le mérite de la simplicité et évite les débats sur la question de savoir quels sont les contenus qui relèvent des SMA et ceux qui n'en relèvent pas.

### **Question 3 :**

Pour les services qui, dans l'intention de l'éditeur, sont destinés au public en général mais qui, dans les faits, ne sont concrètement utilisés que par un public très restreint, le Collège envisage les deux options suivantes. Laquelle vous semble-t-elle la plus opportune ?

- **Option 1** : ajout, à la fin du premier paragraphe du point b), de la phrase suivante.

« Le fait qu'un service ne soit, concrètement, utilisé que par un nombre très peu élevé de personnes n'a pas d'influence sur sa qualification de SMA ».

- **Option 2** : ajout, à la fin du point b), du paragraphe suivant :

« Par exception, les services qui, bien que destinés, par leur éditeur, au public en général, ne sont, toutefois concrètement utilisés que par un nombre très peu élevé de personnes ne seront pas considérés comme des services répondant au critère de la 'communication au public' car ils ne peuvent être considérés comme des médias de masse susceptibles d'avoir un impact manifeste sur la population. Seront ainsi exclus de la qualification de SMA :

- **Option 2.1** : les services qui ne peuvent pas être reçus par plus de x utilisateurs simultanément.
- **Option 2.2** : les services accessibles sur Internet qui n'ont pas recueilli au moins x visites (nombre de clics) »

### **Réponse de Be TV à la question n°3**

Be TV choisit l'option n°1 : dès lors qu'un service de média audiovisuel est susceptible d'être reçu par un public indéterminé, il doit être appréhendé comme un SMA même si dans les faits, ce service n'est accessible qu'à un nombre restreint de personnes.

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel a déjà eu l'occasion d'approfondir la question, à l'aube du développement des nouvelles technologies, dans le domaine de la radiodiffusion, dans son avis n°163 du 15 décembre 1994 relatif à l'exercice des compétences de la Communauté française à l'égard des nouvelles technologies de la communication et, d'autre part, et dans son avis n° 186 du 28 mars 1996 sur un projet d'arrêté du Gouvernement relatif à la mise en oeuvre d'autres services sur le câble.

Ces anciens avis du CSA restent d'actualité.

Dans son avis n° 163 du 15 décembre 1994, le CSA a estimé que :

*« il est communément admis que la caractéristique principale de la radiodiffusion est le fait que ses émissions sont **destinées** au public en général. Cette destination a un double aspect : un aspect technique et un aspect sociologique.*

*D'un point de vue technique, la radiodiffusion se caractérise par une transmission unilatérale au départ d'un émetteur au sens générique vers une **pluralité indéfinie de récepteurs** situés dans la zone de services des installations techniques mises en oeuvre à cette fin (hertziennes, terrestres, par câble ou par satellite).*

*D'un point de vue sociologique, la radiodiffusion se caractérise par une **communication à destination d'un public en général et non d'individus.***

*Ces deux approches ont cependant connu des évolutions.*

*D'abord, au niveau strictement technique, on notera que des transmissions théoriquement captables par tous ont rapidement été classées parmi les radiocommunications privées, cela en n'en autorisant pas la réception (régime de la loi du 14 mai 1930) ou en l'interdisant (régime de la loi du 30 juillet 1979). En fait, ces communications n'étaient pas destinées au public en général mais bien à des individus ou à des groupes d'individus souhaitant une confidentialité dans leurs communications. A titre exemplatif, on citera les communications entre services de police, la navigation aérienne.*

*Ensuite, la mise en oeuvre de services de radiodiffusion uniquement disponibles par câble (ex. les TVLC) ou supposant un équipement supplémentaire par rapport aux récepteurs traditionnels (ex. décodeurs, récepteurs télé-textes), a eu tendance à réduire l'étendue des récepteurs potentiels d'une transmission. Notons que les évolutions propres à la radiodiffusion hertzienne ont eu un effet comparable, qu'il s'agisse de l'émission radio en FM, de l'apparition du RDS etc. ... Ceci dit, compte tenu de l'adaptation constante de l'équipement du public aux nouveaux modes de transmission de programmes, ces restrictions n'ont qu'une portée temporaire, sauf cas où ces restrictions sont volontairement imposées en vue de ne s'adresser qu'à un public déterminé (ex. la profession médicale).*

*Ces restrictions ont été à l'origine d'une évolution de la définition de la **radiodiffusion qui, aujourd'hui, peut s'adresser au public en général ou à une partie de celui-ci.***

***Ensuite, au niveau sociologique, la radiodiffusion a évolué des services généralistes vers des services thématiques qui, par leur contenu, ne s'adressent plus qu'à une partie du public. Un tel objectif peut, du reste, s'accompagner d'une restriction d'ordre technique, par cryptage des émissions, sans lien avec le mode de financement de ces programmes (ex. chaîne cryptée destinée au corps médical, cryptage de programmes pornographiques avec verrouillage pour protéger les mineurs ...). Certains programmes sont aussi émis à l'aide de techniques relevant de la radiodiffusion mais à destination d'un public très ciblé (ex. communications d'entreprises en dehors des heures d'émissions mais à l'aide d'émetteurs d'un organisme de radiodiffusion).***

*Ceci dit, même en cas de ciblage d'audience, les programmes conservent une vocation à s'adresser au public ciblé en général ou, si on veut, à une partie du public en général.*

*Si l'évolution de la radiodiffusion s'inscrit dans un ciblage de plus en plus précis du public, on doit constater que les télécommunications connaissent un phénomène inverse.*

*Comme indiqué plus haut, la téléphonie et la télégraphie ont une nature privée et confidentielle du fait de leur mode d'organisation. Les radiocommunications privées ont connu un statut similaire, sauf pour celles qui n'étaient pas protégées par des règles interdisant leur réception toujours possible techniquement. Ceci dit, des services ont été développés depuis longtemps qui dénaturent quelque peu le caractère strictement privé de la téléphonie : l'horloge parlante, la météo par téléphone, les serveurs, les messageries télématiques n'ont rien de privé dès lors qu'un message identique préétabli est fourni à tout demandeur ».*

Afin d'aplanir ces difficultés, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel avait examiné quels étaient les autres critères qui pouvaient être mis en œuvre afin d'établir une distinction claire entre les émissions de radiodiffusion et les émissions à caractère interpersonnel.

Aux termes de son examen, il a mis en évidence trois critères qui doivent être réunis pour qu'il y ait radiodiffusion :

- une transmission par un moyen technique quelconque relevant des télécommunications,
- une transmission destinée à un public virtuellement indéfini,

- l'absence de confidentialité du message transmis.

Les termes "public en général" doivent, en effet, se comprendre de manière raisonnable en tenant compte, notamment, de l'évolution des techniques. Ils supposent, d'une part, que les émissions soient exemptes de toute communication de personne à personne et, partant, de toute confidentialité, et, d'autre part, que ces émissions soient potentiellement accessibles par le public ou une partie de celui-ci, même si cet accès est subordonné à la détention d'un décodeur, par exemple. **Le public ne doit donc pas nécessairement avoir accès à l'émission. Il faut, mais il suffit, que cet accès soit possible.**

De même, la jurisprudence de la Cour constitutionnelle<sup>1</sup> confirme qu'un programme relève de la radiodiffusion, s'il « *est destiné, **dans le chef de celui qui l'émet**, au public en général ou à une partie de celui-ci, et n'a aucun caractère de confidentialité, même si l'émission se fait sur demande individuelle et quelle que soit sa technique de diffusion, en ce compris celle dite point to point qui précédemment n'était pas utilisée pour la radiodiffusion. En revanche, un service qui fournit de l'information individualisée et caractérisée par une forme de confidentialité ne relève pas de la radiodiffusion* ».

Il n'y a donc pas lieu de tenir compte du nombre restreint de destinataires, à partir du moment où le service est destiné **dans le chef de celui qui l'émet**, au public en général ou à une partie de celui-ci.

La nature d'un service ne change pas selon le nombre de destinataires effectifs. Ainsi, une émission de télévision diffusée à trois heures du matin et reçue par un seul téléspectateur conserve la même nature que si elle avait été diffusée à huit heures du soir et reçue par des dizaines de milliers de téléspectateurs.

---

<sup>1</sup> Arrêt n°156/2002 du 6 novembre 2002



#### **Question 4 :**

La multiplication des modes de transmission possibles entraîne aujourd'hui le développement de médias « multiplateformes » présentant des déclinaisons différentes selon qu'ils sont reçus sur un récepteur traditionnel, un ordinateur, un téléphone mobile, une tablette, etc.

Dans certains cas, les différentes déclinaisons du média constituent incontestablement des services distincts. Par exemple, les services de catch-up édités par les éditeurs de services linéaires constituent nécessairement un service distinct du service originel puisqu'ils sont, eux, non linéaires.

En cas de services distincts, les obligations de l'éditeur sont assez claires. Sur le fond, il doit, pour chaque service pris isolément, respecter toutes les règles du décret. Quant à la forme, ses obligations administratives sont également précisées :

- En matière de déclaration, l'éditeur doit déclarer chaque service de manière distincte puisque les articles 38 (services télévisuels) et 59 (services sonores) du décret imposent que les éditeurs effectuent une déclaration pour chacun des services qu'ils entendent éditer.
- Pour le rapport annuel, la situation diffère selon qu'il s'agit de services télévisuels ou sonores. Pour les services télévisuels, l'article 40 du décret permet de remettre un rapport annuel unique pour tous les services pour autant que certains éléments d'information soient fournis service par service. Pour les services sonores, il résulte de l'article 58 du décret que, pour les services devant faire l'objet d'une autorisation, un rapport distinct doit être rendu pour chaque service. Pour les services devant simplement être déclarés, en revanche, l'article 62 n'impose pas de rapports distincts.

Dans d'autres cas, cependant, il est difficile de déterminer si deux déclinaisons d'un même média constituent ou non un service distinct. Par exemple, les différentes applications d'un média créées pour les téléphones mobiles et les tablettes doivent-elles être considérées comme distinctes entre elles ou encore distinctes de la déclinaison Internet du média, sachant qu'il arrive que certains éditeurs créent des contenus *ad hoc* (par ex. un reportage par une chaîne d'information) destiné uniquement aux tablettes tactiles.

La réponse à cette question est susceptible d'avoir un impact non seulement sur les obligations administratives de l'éditeur (déclarations et rapports annuels) mais aussi sur ses obligations de fond (par exemple, les quotas à respecter seront calculés différemment selon que deux déclinaisons de son média sont considérées ou non comme des services distincts).

Dans un but de simplification administrative tant pour les éditeurs que pour le régulateur, le CSA souhaiterait connaître l'avis des parties intéressées sur ce qu'elles estimerait être la meilleure manière d'appréhender les différentes déclinaisons des médias : de manière distincte ou non ?

#### **Réponse de Be TV à la question n°4:**

Parmi les déclinaisons actuelles des services de médias audiovisuels, on observe le plus fréquemment le schéma suivant : un service de télévision traditionnel, complété par des nouveaux services non linéaires accessoires, avantageux pour les téléspectateurs.

Ces nouveaux services se greffent sur le service de télévision de base. Ils offrent généralement un contenu similaire, mais ils se distinguent sur le plan technique, par leur mode d'exploitation, leur format technique utilisé, ou le type de plateforme de distribution utilisée (ex. télévision de rattrapage, service à la demande, diffusion en streaming,...).

Puisque l'objectif visé est la simplification administrative, tant pour les éditeurs que pour le régulateur, il faut appréhender les différentes déclinaisons d'un même service, comme un seul et même service.

De façon plus précise, BE TV est d'avis qu'il faut faire une distinction entre le contenu d'un service et ses modes de transmission.

Elle estime que les différentes déclinaisons d'un même service de médias audiovisuel doivent être appréhendées comme un seul et même service, même s'il est livré selon des modalités diverses, pour autant que le contenu du service proposé soit similaire. Le mode de communication du service est indifférent : c'est une application du principe de neutralité technologique.

Le considérant 27 de la Directive SMA 2010/13/UE répond d'ailleurs, aux préoccupations du CSA :

*(27) La radiodiffusion télévisuelle comprend actuellement, en particulier, la télévision analogique et numérique, la diffusion en flux, la télédiffusion sur le web et la quasi vidéo à la demande, alors que la vidéo à la demande, par exemple, relève des services de médias audiovisuels à la demande. D'une manière générale, pour la radiodiffusion télévisuelle ou les programmes télévisés qui sont également proposés par le même fournisseur de services de médias sous forme de services de médias audiovisuels à la demande, les exigences de la présente directive devraient être réputées satisfaites lorsque les exigences applicables à la radiodiffusion télévisuelle, c'est-à-dire un service de médias audiovisuels linéaire, le sont. Cependant, lorsque différents types de services **clairement distincts** sont offerts en parallèle, la présente directive devrait s'appliquer à chacun d'eux.*

Ainsi, pour les services de médias linéaires (services de télévision classique) qui sont également proposés par le même éditeur de services de médias sous forme de services de médias audiovisuels à la demande (ex. catch-up), Be TV estime que les exigences du décret devraient être réputées satisfaites lorsque les exigences applicables aux services de médias linéaires, le sont, conformément au considérant 27 de la directive, d'autant plus que les obligations pour les services linéaires sont plus strictes que pour les services non-linéaires.

Actuellement, le service de rattrapage de BeTV est appréhendé, à tort, nous semble-t-il, comme un service distinct par le CSA. Il est offert aux abonnés de BePremium, en service non linéaire et leur permet de visionner en différé et à la demande, les programmes qui ont été préalablement diffusés sur le service de télévision de base dont il est issu.

Ce service de catch –up est une simple déclinaison du service de base Be Premium. C'est donc à tort que le CSA a considéré ce service de catch up, comme un service distinct entraînant une déclaration distincte et des obligations de fond spécifiques, applicables aux services non-linéaires.

BeTV considère qu'une telle déclinaison doit être appréhendée comme un service « non-distinct », ne nécessitant pas de déclaration et ne donnant pas lieu à l'application d'obligations de fond spécifiques puisque ces obligations sont réputées satisfaites dès lors que le service de base y répond.

Il en va de même pour la diffusion d'un même service selon des modes de transmission différents, notamment en streaming ou par câble.

Le même raisonnement s'impose pour la diffusion en streaming to PC, d'un service de télévision classique, simple déclinaison technique d'un service de base, dans un environnement technique différent où le contenu proposé à l'utilisateur est identique. Il s'agit simplement d'un service offert sur une plateforme ouverte, issu d'un service de base traditionnel distribué en plateforme fermée.

Dans un but de simplification administrative, BeTV considère qu'il s'agisse d'un service non-distinct du service originel déclaré. Aussi, la déclinaison ne nécessite pas une nouvelle déclaration au CSA. Si les obligations de fond sont respectées pour le service originel, elles sont réputées satisfaites pour la déclinaison de ce même service, en streaming to PC.

Précisons, que si les déclinaisons ne nécessitent pas de déclaration de service au CSA, il sera impératif d'informer le CSA de l'existence du service décliné. Il constituerait un complément d'information à la déclaration du service originel.

#### **Question 5 :**

Outre les quatre premières questions, avez-vous des remarques, suggestions, commentaires à formuler au sujet de la définition et de la régulation des services de médias audiovisuels, notamment pour les web TV's et les web radios ? Tous les commentaires sont les bienvenus.

#### **Réponse de Be TV à la question n°5 :**

Cette consultation vise essentiellement les cas-limites pour lesquels le CSA hésite sur la question de savoir s'il peut appliquer les règles applicables aux SMA ou non.

La réglementation doit conserver son caractère général et abstrait. Il

appartient au CSA d'exercer son pouvoir d'appréciation au cas par cas, pour déterminer si un service doit être appréhendé comme un service de média audiovisuel, en tenant compte des critères élaborés par le législateur et la Directive SMA 2010.

En ce qui concerne la définition des services de médias audiovisuels reprise dans le décret, Be TV constate que celui-ci ne tient pas compte des critères négatifs qui découlent de la Directive SMA 2010 (voir notamment le considérant 21 et 22) :

*« (21) Aux fins de la présente directive, la définition du service de médias audiovisuels devrait couvrir exclusivement les services de médias audiovisuels, que ce soit de la radiodiffusion télévisuelle ou à la demande, qui sont des médias de masse, c'est-à-dire qui sont destinés à être reçus par une part importante de la population et qui sont susceptibles d'avoir sur elle un impact manifeste. Son champ d'application ne devrait couvrir que les services tels que définis par le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, et donc englober toutes les formes d'activité économique, y compris l'activité économique des entreprises de service public, mais exclure les activités dont la vocation première n'est pas économique et qui ne sont pas en concurrence avec la radiodiffusion télévisuelle, comme les sites web privés et les services qui consistent à fournir ou à diffuser du contenu audiovisuel créé par des utilisateurs privés à des fins de partage et d'échange au sein de communautés d'intérêt.*

*(22) Aux fins de la présente directive, la définition du service de médias audiovisuels devrait couvrir les médias de masse en tant que moyens d'information, de divertissement et d'éducation du grand public, et devrait inclure les communications audiovisuelles commerciales, mais exclure toute forme de correspondance privée, comme les messages électroniques envoyés à un nombre limité de destinataires. Cette définition devrait exclure tous les services dont la finalité principale n'est pas la fourniture de programmes, autrement dit les services dont le contenu audiovisuel est secondaire et ne constitue pas la finalité principale. Tel est par exemple le cas des sites web qui ne contiennent des éléments audiovisuels qu'à titre accessoire, comme des éléments graphiques animés, de brefs spots publicitaires ou des informations concernant un produit ou un service non audiovisuel. Pour ces mêmes raisons, les jeux de hasard impliquant une mise correspondant à une valeur monétaire, y compris les loteries, les paris et les autres formes de jeux d'argent, de même que les jeux en ligne et les moteurs de recherche, devraient également être exclus du champ d'application de la présente directive, mais pas les émissions consacrées aux jeux d'argent ou de hasard. »*

Be TV estime qu'il serait utile d'assortir la définition du SMA d'une liste exemplative d'exceptions décrivant les services qui n'entrent pas dans la notion de SMA, en tenant compte des exemples résultant de la directive elle-même.

Par exemple, il serait utile de prévoir une disposition qui pourrait être rédigée comme suit :

Sont notamment exclus du champ d'application du présent décret, les services suivants :

- *les activités dont la vocation première n'est pas économique et qui ne sont pas en concurrence avec la radiodiffusion télévisuelle, et notamment les sites web privés et les services qui consistent à fournir ou à diffuser du contenu audiovisuel créé par des utilisateurs privés à des fins de partage et d'échange au sein de communautés d'intérêt ;*
- *toute forme de correspondance privée, comme les messages électroniques envoyés à un nombre limité de destinataires.*
- *tous les services dont la finalité principale n'est pas la fourniture de programmes, autrement dit les services dont le contenu audiovisuel est secondaire et ne constitue pas la finalité principale. Tel est par exemple le cas des sites web qui ne contiennent des éléments audiovisuels qu'à titre accessoire, comme des éléments graphiques animés, de brefs spots publicitaires ou des informations concernant un produit ou un service non audiovisuel.*
- *Les jeux de hasard impliquant une mise correspondant à une valeur monétaire, y compris les loteries, les paris et les autres formes de jeux d'argent, de même que les jeux en ligne, à l'exception des émissions consacrées aux jeux d'argent ou de hasard ;*
- *les moteurs de recherche ;*

#### **Question 6 :**

De façon générale, avez-vous des suggestions à formuler, à l'attention du législateur, afin que le cadre décretaal évolue ? Ces suggestions peuvent concerner tant la définition de la notion de SMA que les règles applicables aux SMA en général ou à certaines catégories de SMA.

Eu égard au foisonnement des nouveaux services, BeTV est partisan d'une simplification administrative, d'un allègement des obligations de fonds et du contrôle, pesant sur les éditeurs de services.

D'autres questions devront être posées dans cette problématique du périmètre de l'audiovisuel. La question de la définition de l'éditeur, et de la responsabilité éditoriale devra sans doute être précisée, ou nuancée en égard au développement de nouveaux services.