

**Services de radiodiffusion non conventionnels ou services de médias**  
Consultation publique organisée par le CSA

**Position de l'Interactive Advertising Bureau (IAB)**

13 septembre 2004

L'IAB a étudié avec attention le document « Services de radiodiffusion non conventionnels ou services de médias » soumis à consultation publique par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel de la Communauté française de Belgique.

L'IAB est intéressée par la volonté réglementaire du CSA en matière de services de la société de l'information au titre de son activité dans les secteurs de l'édition électronique et de la communication publicitaire électronique.

L'IAB salue la volonté du CSA d'adapter le cadre réglementaire existant en fonction du développement des nouveaux modes de radiodiffusion, notamment l'Internet. Elle ne peut cependant souscrire à la définition de la radiodiffusion telle que proposée dans le document.

En effet, cette définition, extrêmement large, recouvre de fait toutes les activités d'édition électroniques, quelque soit leurs formes. S'il est raisonnable de vouloir réglementer la diffusion d'un flux télévisuel diffusé sur des réseaux de communication électronique, il semble pour le moins inapproprié d'inclure toutes les activités d'édition dans ce cadre réglementaire. A moins, bien entendu, de considérer que toutes les formes d'édition et donc y compris les éditions papiers, ne tombent sous l'autorité du CSA. Cette dernière hypothèse étant pour le moins utopique, il nous paraît donc que la définition proposée créerait une rupture de concurrence entre l'édition traditionnelle et l'édition électronique. Ceci en imposant un cadre réglementaire, fut-il léger, à l'un et pas à l'autre.

La définition du CSA français présentée en commentaire de la première page de votre document reprend d'ailleurs notre remarque en n'intégrant que les portails dont la « vocation principale est la mise en ligne de programmes audiovisuels... ». Cette définition prévoit donc deux conditions ; la « vocation principale » d'une part et le fait de proposer des « programmes audiovisuels » d'autre part. Deux conditions qui nous semble effectivement raisonnables et réalistes.

Consciente de la difficulté à poser un cadre réglementaire en la matière et soucieuse de disposer pour ses membres de réglementations harmonisées au niveau européen, l'IAB suggère de suivre l'évolution des textes à ce niveau.

Pour l'IAB,



Patrick Steinfort  
General Manager

## A propos de l'IAB

**L'Interactive Advertising Bureau Belgium (IAB Belgium)** regroupe les professionnels de la communication digitale et interactive en Belgique. Forte de plus de 90 membres, l'IAB est représentative des intérêts des éditeurs, des annonceurs, du secteur de l'achat d'espace, des agences de communication interactive et plus généralement des prestataires de services de la société de l'information. Son principal objectif est de dynamiser le marché interactif et les investissements publicitaires. Pour atteindre cet objectif, l'IAB collabore avec la plupart des associations professionnelles telles que l'ABMB, l'UBA, le CCB, l'ACC, la FEB et est en contact permanent avec les autorités publiques régionales, nationales et européennes.

AB Reclamebureau - activeIDEA - AdLink - After The Hype - Atmosphere BBDO - Barnes & Richardson - Beiersdorf - Belgacom - Belgacom Skynet - Belgium AdValvas - Best of Publishing - BEWEB Bird & Bird - Carat Crystal - Citobi - Concentra Media - Cyberwork - DataBase Management - De Persgroep - Dexia - D'Ieteren Digimedia.be - DigiPoint - Digital Age Design - e-Bay - Electrabel - Epona - Ethias - Euro RSCG Interaction - Eurostar Extenseo - FastBridge - Finaref - Fortis - Gérald Saint-Remy - Globesee - Google Benelux - Hi-Media Belgium - Host IT- Hypervision - I.P.M. s.a. - i-Merge - Incrowd - InSites - KIA Motors Belgium - Kinopolis Group - Kluwer / Pub - L'Echo.be - Magnet Magazines - Media Planning Belgium - MediaCom - Mediaedge:CIA (Outrider) - Media Marketing MindShare - Minoc Business Press - MM Seven O - Mobistar - MSN.be - Octopush - OgilvyInteractive worldwide - OMD Belgium - Paratel - Produpress sca - Promedia - Proximus - Publicityweb - R.M.B. - Renault BeLux - Robert Half International Inc. - Roularta Media Group - RTBF - Sanoma Mag. Belg. - Scarlet - SN Brussels Airlines - Space - Tagora.com - Telenet - These Days - Tiscali Belgium - Total Belgium S.A. - Toyota Belgium - Trustmedia - TVI- IPTV - U.C. / Axes2.com - Ulys - VNU Business Press - VUM E-media - Web-Age - Wegener DM - Winsome Benelux NV - ZB22 - ZenithOptimedia

IAB Belgium asbl/vzw  
Research Park (c/o Roularta)  
1731 Zellik  
Tel: 02/467.58.57 – Fax: 02/467.57.57  
[info@iab-belgium.be](mailto:info@iab-belgium.be)  
[www.iab-belgium.be](http://www.iab-belgium.be)