

## Décret du 22 juin 2021 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande

### Description

#### Obligations des SMAD concernant la production et la diffusion des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles, ainsi qu'en matière de communication commerciale.

Le décret n° 2021-793, du 22 juin 2021, relatif aux services de médias audiovisuels à la demande, dits SMAD (incluant les services de vidéo à la demande par abonnement, payants à l'acte ou gratuits, et les services de télévision de rattrapage, relevant de la compétence de la France ou d'étrangers visant la France), détermine leurs obligations en matière de soutien aux œuvres cinématographiques et audiovisuelles (contribution à la production et offre de ce type d'œuvres) et de communication commerciale (publicité, parrainage et téléachat), pratiquement de même nature que celles qui s'imposent aux sociétés de programme de télévision.

Pris pour l'application de l'article 33-2 de la loi n° 86-1067, du 30 septembre 1986, relative à la liberté de communication (audiovisuelle), tel que modifié par l'ordonnance n° 2020-1642, du 21 décembre 2020, portant transposition de la directive (UE) 2018/1808, du 14 novembre 2018, modifiant la directive 2010/13/UE visant la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels, dite directive « Services de médias audiovisuels » (SMA), il se substitue au décret n° 2010-1379, du 12 novembre 2010, qui avait le même objet.

#### Soutien aux œuvres cinématographiques et audiovisuelles

Le soutien des SMAD aux œuvres cinématographiques et audiovisuelles prend la double forme d'une contribution au développement de la production et d'une offre et de mise en valeur effective de ces œuvres.

Le décret pose que les titulaires des services de médias audiovisuels à la demande établis en France [dont le chiffre d'affaires annuel net est supérieur à 1 million d'euros concluent avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel] une convention dont l'objet est de préciser leurs obligations en matière notamment de contribution au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles et d'offre et de mise en valeur effective de ces œuvres.

S'agissant des titulaires de services de médias audiovisuels à la demande qui ne sont pas établis en France et ne relèvent pas de la compétence de la France mais qui visent le territoire français

, il est possible qu'ils puissent conclure avec le CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel) une telle convention et que, «*À défaut*», le CSA «*leur notifie les modalités de leur contribution au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles*».

Il est indiqué que sont considérées notamment comme constituant «*des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, européennes ou d'expression originale française les sommes consacrées : 1° À l'achat de droits d'exploitation pour lequel l'engagement contractuel est signé avant la date du début des prises de vues d'une œuvre cinématographique ou avant la fin de la période de prise de vues d'une œuvre audiovisuelle*» ; 2° «*À l'investissement en parts de producteur pour lequel l'engagement contractuel est signé*» dans les mêmes conditions ; 3° «*À*» 4° «*Au financement de travaux d'écriture et de développement*» ; 5° «*À*» 6° «*Au doublage, au sous-titrage et à la promotion des œuvres*» ; 7° «*Au financement de la formation des auteurs*» ; 8° «*À la sauvegarde, la restauration ou la mise en valeur des œuvres du patrimoine cinématographique et audiovisuel d'expression originale française*».

Le décret détermine, selon les services, la part de chiffre d'affaires qu'ils doivent consacrer «*au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, européennes ou d'expression originale française*» et «*la production indépendante*».

D'autres dispositions concernent «*l'offre et la mise en valeur effective d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles européennes et d'expression originale française*». Elle est, comme pour les sociétés de programme de télévision, fixée «*à 60 % pour les œuvres européennes*» et «*à 40 % pour les œuvres d'expression originale française*».

## Communication commerciale

Les dispositions du décret relatives à la communication commerciale au sein des SMAD concernent la publicité, le téléachat et le parrainage.

S'imposent à eux les dispositions du décret n° 92-280, du 27 mars 1992, fixant, pour la télévision, «*les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de téléachat*».

En matière particulièrement de «*parrainage*», en sont pratiquement reprises et adaptées les dispositions dudit décret commun d'origine s'agissant de la définition des opérations de parrainage et des obligations qui s'imposent à elles.

Y est considérée comme constituant *« un parrainage toute contribution d'une entreprise ou d'une personne morale publique ou privée ou d'une personne physique, n'exerçant pas d'activités d'exploitation de services de télévision ou de médias audiovisuels à la demande, de fourniture de plateformes de partage de vidéos ou de production d'œuvres audiovisuelles, au financement de services de médias audiovisuels à la demande ou de programmes, dans le but de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses produits »*.

S'agissant des obligations qui s'imposent aux SMAD parrainés, le décret, comme le texte de référence, pose que *« 1° Leur contenu ne peut, en aucun cas, être influencé par le parrain dans des conditions susceptibles de porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale de l'émetteur du service ; 2° Ils n'incitent pas directement à l'achat ou à la location de produits ou de services »* ; *3° Le parrainage doit être clairement identifié en tant que tel d'une manière adaptée au programme au début, à la fin ou pendant celui-ci »*.

Pour autant qu'il soit justifié d'imposer aux services de médias audiovisuels à la demande, et notamment *« ceux qui ne sont pas établis en France et ne relèvent pas de la compétence de la France »* mais qui *« visent le territoire français »*, des obligations identiques, et parfois de portée et d'application bien complexe, à celles qui s'imposent aux services de télévision en matière de soutien aux œuvres cinématographiques et audiovisuelles et de communication commerciale, plutôt que l'élaboration d'un décret spécifique aux SMAD comportant des répétitions d'apparence assez inutiles ou des renvois partiels à un texte préexistant, n'aurait-il pas été préférable de fusionner l'ensemble de ces dispositions dans un seul texte à la formulation simplifiée et au contenu allégué ?

## Catégorie

### 1. Droit

**date création**

16 décembre 2021

**Auteur**

emmanuelderieux