

## Audiovisual Medias Services

### Targeted consultation on the method of calculation of the *share of European works* and the exemptions for *low audience and low turnover* (Art. 13(7) Directive (EU) 2010/13)

Deadline: 13 March 2020

#### Introduction

As part of the rules on the promotion of European works set out in the Audiovisual Media Services Directive ('the AVMSD'), the Commission is required to provide, after consulting the Contact Committee, guidelines regarding:

- (a) the calculation of the share of European works in the catalogues of on-demand providers and
- (b) the definition of 'low audience' and 'low turnover' for the purposes of exemptions to the obligations concerning the promotion of European works.

The Commission has consulted the Contact Committee on possible approaches on several occasions. It also organised a dedicated public hearing with stakeholders, to which Contact Committee representatives were invited.

The present consultation aims to complement the process by gathering stakeholders' input on specific technical issues.

## I. Calculation of the share of European works

### 1. Method of calculation

#### Question n°1:

**What would be the market and practical implications of calculating the share of European works by (a) duration (minutes), (b) titles/seasons or (c) titles/episodes, with and without a weighting system?**

La caractéristique des services de VOD (services non linéaires) est qu'ils ne dépendent pas de schéma horaire de diffusion tels que les services linéaires mais de la demande de l'utilisateur/consommateur. Si le comptage en durée des œuvres diffusées rapporté au temps de diffusion global est une évidence pour les services linéaires, il n'en va donc pas de même pour les services non linéaires.

Mais si l'on raisonne uniquement en nombre de titres, on prend le risque d'une obligation de quota de 30% d'œuvres européennes respectée plus facilement en programmant un grand nombre de titres de courte durée.

Par ailleurs, pour ce qui concerne les séries, chaque épisode devrait en principe correspondre à un titre, ce qui peut également aboutir à défavoriser des offres composées d'œuvres unitaires :

en cas de comptage par titre d'épisode (option (c)), une seule série pourra correspondre jusqu'à 26 films de long métrage cinéma. A contrario, mettre sur le même plan une saison de 26 épisodes et un film (méthode (b)) paraît discutable aussi.

L'utilisation éventuelle d'une durée standard (de référence) de l'œuvre (option (a)), si elle permet de répondre au 1<sup>er</sup> risque évoqué supra, ne permet pas forcément de répondre aux autres écueils évoqués ci-dessus. La méthode qui minimiserait les effets du choix entre un calcul en durée (a) ou par titre (b ou c), et qui permettrait finalement une application homogène du quota de 30% qui paraît la plus conforme au principe de « mise en avant » des œuvres européennes qui fonde ce quota, est celle consistant à effectuer ce calcul (par l'une ou l'autre méthode, voire une combinaison de celles-ci ; ici nous proposons par titre, méthode qui paraît tout de même la plus simple) sur a minima chacune des 3 grandes catégories d'œuvres audiovisuelles suivantes :

- Œuvres cinématographiques (une œuvre = un titre) ;
- Œuvres audiovisuelles (une œuvre audiovisuelle = un titre, et un épisode de série = un titre) ;
- Œuvres audiovisuelles et cinématographiques de courte durée (serait par exemple considéré comme format court toute œuvre ou épisode de série de durée inférieure à 26 minutes).

Les questions relatives à l'harmonisation méthodologique, aux aspects technologiques de comptage et l'élaboration d'une méthodologie commune aux Etats membres sont commentées plus avant ci-après (voir p.7 – Commentaires finaux). A cet effet, l'Observatoire européen de l'audiovisuel européen a déjà mis en œuvre des moyens d'analyse qui devraient être renforcés. L'ERGA devrait être également mandaté afin de préciser des voies et moyens qui recueillent le consensus des Etats membres.

## 2. Relevant catalogue or catalogues

### **Question n°2:**

**What would be the market and practical implications of calculating the share of European works for, respectively, each national catalogue and as an average of the respective shares in all the catalogues offered within the EU?**

Pour les opérateurs qui fournissent des services dans différentes versions linguistiques ou des catalogues distincts suivant les marchés visés, il importe que chaque version linguistique ou catalogue distinct soit considéré comme un service propre car les catalogues proposés dans les différentes versions peuvent être hétérogènes. Par exemple, selon les analyses des catalogues de services de VoD transactionnelle en 2017, l'Observatoire européen de l'audiovisuel a constaté que iTunes propose 10 821 films en Irlande contre 3 761 au Portugal. 15 181 films composent la base de Chili TV Italy, contre 2 586 en Pologne pour le service de même dénomination. De même, Microsoft propose 3 626 films en France mais seulement 516 dans le service à destination des Pays-Bas. La composition différente des catalogues des différentes versions de services de médias audiovisuels à la demande d'un même opérateur peut avoir un impact significatif sur le calcul des proportions d'œuvres européennes offertes dans les différents Etats membres.

Pour la même raison, lorsqu'un fournisseur de vidéo à la demande exploite plusieurs catalogues (à la fois par abonnement, par paiement à l'acte ou par offre gratuite), la part de 30% d'œuvres

européennes devrait être calculée pour chacun de ces catalogues correspondant à une offre commerciale, lorsqu'ils sont proposés dans des services distincts.

Il peut arriver que certains modèles commerciaux supposent que des catalogues gérés par divers éditeurs (studios, diffuseurs) apparaissent sur une même application (c'était le cas par exemple de iTunes Store ou de Microsoft Xbox), donnant l'impression qu'il s'agit d'un seul service alors que les catalogues invités (« branded catalogues ») disposent de l'autonomie éditoriale. Dans le cas de ces catalogues, où les fournisseurs proposent uniquement leurs propres programmes, l'analyse est simple : les services proposés par les Majors ou les diffuseurs américains seront quasi exclusivement américains et les services proposés par les producteurs/distributeurs ou diffuseurs européens seront composés à quasi 100 % d'œuvres européennes. Il doit être bien entendu que l'agrégateur respecte les dispositions de l'article 13.1, soit une part d'au moins 30% d'œuvres européennes et la mise en valeur de celles-ci (prééminence).

A titre d'exemple, iTunes Store (établi au Luxembourg) compte 28 services distincts à destination de chacun des Etats membres de l'Union ; Netflix propose des services distincts dans 27 des Etats membres ; Rakuten TV (établi en Espagne) propose des services dans 7 langues différentes, disponibles dans 11 Etats membres. Microsoft Store – Film and TV (probablement établi aux Etats-Unis) offre 13 versions différentes à destination des Etats membres. Google Play (probablement établi aux Etats-Unis) offre des films dans 27 des 28 Etats membres et des séries Tv dans seulement trois d'entre eux, sans qu'il soit possible à ce stade de préciser le nombre de catalogues distincts<sup>1</sup>.

#### *Catalogues des services de télévision de rattrapage*

Il paraît utile de suggérer que les Etats membres soient exemptés de faire l'analyse des catalogues des services de télévision de rattrapage. Ces catalogues correspondent généralement à la programmation linéaire et il n'apparaît pas indispensable de faire une double opération de monitoring. Il est préférable que les efforts de monitoring se concentrent sur les services de VoD au sens strict qui, comme indiqué supra, suppose dans une phase de démarrage des moyens non négligeables et l'accord des Etats membres.

### 3. Time / period of calculation

**Question n°3:**

**What would be the market and practical implications of verifying the share of European works, respectively, at any point in time and on average over a pre-determined period of time?**

Il ne paraît pas recommandable de prévoir un monitoring « glissant », c'est-à-dire chaque fois que l'offre au sein d'un service de médias audiovisuels à la demande est modifiée par l'addition ou la substitution d'une œuvre (soit un titre) ou d'une série (soit un titre).

On peut penser que chaque service de médias audiovisuels à la demande va se doter d'une identité propre et que les œuvres incorporées au fur et à mesure restent cohérentes dans une

<sup>1</sup> Chiffres datant de 2017. La situation peut avoir évolué.

logique de l'offre et de fidélisation de l'utilisateur/consommateur. Ceci est particulièrement important dans le cas de services de médias audiovisuels à la demande par abonnement.

Un **monitoring annuel** sur base d'informations fournies par le service de médias audiovisuels à la demande paraît constituer une norme raisonnable.

Toutefois, on peut envisager que l'autorité compétente de l'Etat membre puisse également procéder de manière complémentaire par contrôle inopiné de certains services de médias audiovisuels à la demande et qu'il soit autorisé à agir en ce sens.

Les services de médias audiovisuels à la demande qui ne remplissent pas l'obligation de proposer une part d'au moins 30% d'œuvres européennes dans les catalogues et qui dès lors se mettent en infraction devraient être contrôlés de manière récurrente.

Des sanctions de nature financière (pénalité) devraient être envisageables ainsi que ceci existe pour les services de médias audiovisuels linéaires en cas de non-exécution répétée de cette obligation.

## II. Definition of low turnover and low audience

### 1. Low turnover

#### **Question n°4:**

**What would be the market and practical implications of defining 'low turnover' on the basis of the concept of micro enterprises as set out in the Commission Recommendation?**

Afin de mettre en œuvre les exemptions listées à l'article 13.6 (chiffre d'affaires peu élevé ou faible audience), une analyse *ex ante* des marchés nationaux est nécessaire. Seule une analyse par marché national permettra de préciser les seuils (de chiffre d'affaires ou d'audience - ces derniers étant éventuellement pan-européens, en particulier pour l'obligation de quota de 30%) permettant l'exemption. Or, actuellement, une description précise des marchés visés (services de médias audiovisuels à la demande) est quasi impossible, puisque les principaux acteurs ne publient pas les données relatives à leurs services à la demande ou à l'audience de ceux-ci. Le recours aux exemptions ne peut être admis qu'une fois la transparence du marché établie, ceci afin de déterminer quels sont les services significatifs et ceux dont la taille est petite ou la présence sur le marché marginale.

La Recommandation PME de 2003 de la Commission européenne définit une micro-entreprise comme une entreprise ayant un chiffre d'affaires annuel ou total du bilan annuel n'excédant pas 2 millions d'euros et qui occupe moins de dix salariés<sup>2</sup>.

Pour ce qui concerne les obligations d'investissement dans la production, ce seuil paraît acceptable bien qu'élevé mais permettant une règle unifiée entre les Etats membres. En revanche, en ce qui concerne les taxes assises sur le chiffre d'affaires versées aux fonds nationaux des Etats membres, cette exemption à 2 millions d'euros représenterait une baisse significative de

<sup>2</sup> Article 2 de la Recommandation de la Commission du 6 mai 2003 concernant la définition des micros, petites et moyennes entreprises (2003/361/CE)

perception. S'agissant dans un tel cas d'une taxe similaire à la TVA, il n'y a aucune raison que son seuil d'exemption soit différent du seuil d'exonération applicable en matière de TVA.

## 2. Low audience

### a. On demand services

**Question n°5 :**

**What would be the market and practical implications of defining the audience of a particular VOD service in terms of, respectively, 'reach' and 'market share'? What thresholds would indicate low reach and low market share?**

La Commission propose deux méthodes de calcul de faible audience.

L'une consiste à rapporter le nombre d'utilisateurs mesurés d'un service de VOD ciblé comparé au nombre total de potentiels utilisateurs (donc de raisonner en « taux de pénétration » du marché par le service).

Les « utilisateurs » peuvent être déterminés en se rapportant au nombre d'abonnés d'un service de vidéo à la demande, ou au nombre d'achats d'un service transactionnel de vidéo à la demande, ou au nombre de visiteurs d'un service de vidéo à la demande gratuit (financé par la publicité – AVOD « Advertising Video On Demand »).

Le nombre d'utilisateurs actifs doit alors être comparé au public potentiel pour ce service. Le public potentiel est constitué par le nombre de foyers ayant la capacité d'accès au service de médias audiovisuels à la demande concerné.

Les données EUROSTAT fourniraient selon la Commission européenne les informations pertinentes. La mise en œuvre serait confiée à l'Etat membre en tenant compte de la taille du marché national (ceci constitue une garantie car on ne peut pas prévoir une norme d'audience calculée au niveau de l'Union européenne du fait des disparités entre Etats membres).

Un autre mode de **calcul alternatif** est désormais proposé (ce dernier choix n'étant pas envisagé dans le non-paper en date du 7 octobre 2019 (dans lequel l'option décrite ci-dessus était envisagée)).

Selon cette seconde option, l'audience d'un service serait déterminée par la part de marché d'un service de VOD en comparant le nombre d'utilisateurs (« active subscriber/account holder ») d'un fournisseur avec le nombre total d'utilisateurs de services de VOD comparables dans l'Etat membre concerné.

Il semble que cette seconde solution tend à relativiser la fréquentation et donc l'audience réelle (puisque là on ne s'appuie plus sur le nombre de public potentiel calculé sur le fait que le public détient l'accès à ces services, même si ce public n'ouvre jamais son ordinateur ou sa console d'accès). On se réfère ici à une taille de marché par comparaison avec les services existants pour lesquels on peut connaître l'audience. Il semble que l'on réduit ainsi les incertitudes et c'est cette option qui doit être retenue.

Cette seconde option alternative ipso facto impliquerait que des règles différentes s'appliquent dans chaque Etat membre puisque l'on doit tenir compte des tailles de marché réelles des services de médias audiovisuels à la demande.

Toutefois, quelle que soit l'alternative envisagée pour calculer l'audience, et donc l'exemption envisageable, il paraît que le seuil doit être ajusté par les Etats membres eux-mêmes en fonction de la taille de leur marché.

## b. Broadcasting

**Question n°6:**

**What thresholds would indicate low 'daily audience share' for broadcasting services? What approach would be appropriate in the case of pay-TV channels and providers of multiple channels?**

Il semble que la Commission envisage un seuil de 2% d'audience annuel. Ce seuil serait trop élevé car il permettrait à de nombreux diffuseurs d'être exemptés<sup>3</sup>.

A titre d'exemple, en France :

- Sur les 128 chaînes recensées, seulement 11 dépassent un seuil de 2% d'audience, soit 9%.  
**Des chaînes comme Canal+, France 4, Gulli, CStar, 6Ter sont en-dessous.**
- 29 diffuseurs sur les 128 ont une audience inférieure à 0,1%, soit 23%.
- Pour ne parler que des chaînes basées à l'étranger et dédiées à l'animation :
  - Cartoon Network = 0,2
  - Disney Channel = 0,3 et Disney Channel +1 = 0,2
  - Boomerang = 0,2 et Boomerang +1 = 0,1
  - Nickelodeon = 0,1 et Nickelodeon+1 = 0,1
- L'audience 4 ans et plus est inadapté pour analyser l'audience de chaînes qui ne ciblent qu'une partie de la population.

Une étude Eurodata TV commanditée par le SPFA rappelle pour différents pays qu'un seuil au-delà de 0,1% d'audience présente un risque très important, tant parce qu'il n'attrape pas les groupes visés par la directive (Nickelodeon, Cartoon Networks, etc.) que parce qu'il menace la somme des investissements actuellement réalisés par les chaînes thématiques établies en France. Aussi préconisons-nous de fixer ce seuil à 0,05%, seul seuil qui permet de garantir un impact négligeable sur le système français.

Chaque Etat membre devrait pouvoir choisir le seuil applicable en fonction de son marché pertinent. A défaut, le seuil de référence devrait être bien plus bas (en France il se situe en pratique à 0,1%, voire 0,05%).

## c. Alternative

Enfin, le critère de faible audience ou faible chiffre d'affaires devrait être alternatif et prévu dans la réglementation afin de prévoir une meilleure sécurité juridique dans chaque Etat membre.

## d. Approche par groupe

Pour les diffuseurs, il est rare de voir un groupe développer une chaîne unique. Les stratégies s'articulent désormais autour de plusieurs diffuseurs au sein d'un même groupe. Un groupe se comprend comme un même actionariat. Cette approche amène deux analyses.

---

<sup>3</sup> Voir en annexe les implications qu'une « telle mesure » a pour conséquence pour les œuvres d'animation qui se trouvent d'emblée exclues des dispositions des articles 13,1 et 13,2. Concrètement, en France, un tel seuil aboutirait à ne plus assujettir à contribution l'intégralité des chaînes thématiques du câble et du satellite.

Pour ne prendre que les bouquets jeunesse et cinéma, les chaînes se présentent en complément et en regard des autres. Ainsi, il faut considérer Ciné+ de préférence à Ciné Premier, Ciné Classic, Ciné Famiz etc.. De la même façon, il faut considérer l'offre OCS, et non OCS Max, OCS Géants, OCS Choc etc.. Ici, la séparation entre différents diffuseurs est éditoriale mais nullement économique. Si l'analyse de l'audience se fait par chaîne, on obtient des audiences individuelles très faibles tandis que la seule analyse industrielle ne devrait être que l'approche groupe.

En France, les groupes historiques principaux ont tous migré vers des accords interprofessionnels de groupe (TF1, France Télévisions, M6). Cela signifie qu'ils ont intégré toutes leurs chaînes, y compris thématiques, dans les accords et qu'ils ont donc mutualisé les chiffres d'affaires de chaque chaîne pour respecter leurs obligations, garantissant en échange la libre circulation des œuvres acquises entre toutes ces chaînes.

Les acquisitions des droits se font pour le groupe TF1, France Télévisions, Ciné+ ou OCS, et non pour une chaîne en particulier. **Ce marché des acquisitions de droits est le seul qui devrait guider l'approche pour analyser tant le chiffre d'affaires que l'audience.**

### 3. Possible adjustments for financial contributions

#### **Question n°7:**

**What would be the market and practical implications of lower turnover / audience thresholds for exemptions from cross border levies? What thresholds would be appropriate?**

Afin de respecter les conditions de non-discrimination posées par l'article 13.2 de la Directive, les normes relatives aux exceptions pour « faible audience » ou « chiffre d'affaires peu élevé » en matière de contribution financière doivent être celles fixées par l'Etat membre de destination pour les services ciblant le public dans cet Etat dans l'hypothèse où ce dernier exerce sa faculté de prévoir des investissements directs dans la production d'œuvres européennes et la contribution à des fonds nationaux (« cross-border levies »).

C'est d'autant plus logique que, comme expliqué supra, la taille du marché du service de médias audiovisuels à la demande est celle du pays où le public est ciblé.

Le public ciblé peut ne pas être identique dans le pays d'origine où le service de médias audiovisuels à la demande est installé et celui (pays de destination) où se trouve le public ciblé.

Prévoir que seul le pays d'origine serait en mesure de calculer le seuil d'audience ou le montant du chiffre d'affaires en-dessous duquel le service de médias audiovisuels à la demande serait exonéré conduirait à la mise en œuvre d'exemptions éventuellement injustifiées, ou faussées, dans le pays de destination. Cela entraînerait un effet corrélatif en provoquant éventuellement des distorsions de concurrence entre les services de médias audiovisuels établis dans le pays de destination et ceux reçus par le pays de destination, ce qui serait donc contraire aux conditions de non-discrimination posées par l'article 13.2 de la Directive.

La mise en œuvre des dispositions de l'article 13,2 implique nécessairement que l'Etat de destination puisse posséder la maîtrise des exceptions autorisées. L'Etat membre de destination doit prévoir les exceptions autorisées en se référant aux critères envisagés par les lignes directrices.

En effet, un service de médias audiovisuels à la demande pourra être considéré comme émergent dans un pays alors que dans un autre pays, il occupera éventuellement une position de marché importante.

## COMMENTAIRES FINAUX

### **De quelle manière devrait être calculée la part d'œuvres européennes ?**

Il est à craindre que les instances de régulation ne disposent pas des moyens techniques permettant l'analyse des catalogues et – comme c'est déjà le cas pour la diffusion d'œuvres européennes par les chaînes de télévision – se contentent, dans la plupart des cas, des déclarations des fournisseurs, ce qui a entraîné des cas de non-respect des obligations prévues à l'article 16 et l'article 17 (quotas d'œuvres et obligations d'investissement dans la production).

Par ailleurs, comme l'ERGA le note dans sa contribution pour une mise en œuvre cohérente de la Directive SMA révisée<sup>4</sup>, la mise en œuvre de **méthodologies différentes** par les Etats membres risque de déboucher sur des résultats peu consistants à l'échelle européenne.

Il pourrait être utile de recommander que la Commission et les Etats membres (éventuellement par le biais de l'ERGA) mandatent l'Observatoire européen de l'audiovisuel en vue de mener un **monitoring harmonisé**.

L'Observatoire européen de l'audiovisuel dispose en effet à présent d'une expérience et de moyens en matière d'analyse des catalogues des services VoD en ligne<sup>5</sup> et prépare, en collaboration avec la Commission européenne, un nouvel outil, le *Répertoire des films européens en VOD*, qui devrait permettre d'élargir l'analyse des services distribués sur d'autres plates-formes (câble, IPTV, satellite). Le développement de ce répertoire se fait avec les agences nationales de cinéma et d'images animées qui proposent déjà des répertoires (CNC, BFI,...) et avec les opérateurs.

Les analyses de l'Observatoire reposent sur les principes et techniques suivants :

- Pour l'instant, seuls les catalogues des principaux services VoD accessibles sur Internet sont analysés, à partir de techniques de captage des métadonnées, qui permettent de reconstituer 90 % des catalogues. L'analyse des catalogues des services distribués sur d'autres plates-formes devrait se faire dans le cadre de la mise en place du projet *Répertoire des films européens* qui est opérationnel depuis fin 2019. Il devrait être étendu aux œuvres audiovisuelles non cinématographiques.

---

<sup>4</sup> ERGA Analysis & Discussion Paper to contribute to the consistent implementation of the revised Audiovisual Media Services (AVMS) Directive – Towards the application of the revised Directive by National Regulatory Authorities (NRAs), ERGA. 2018.

<sup>5</sup> Voir les derniers rapports en date:

- *The origin of films in VoD catalogues, Edition 2017*, European Audiovisual Observatory / Council of Europe, Strasbourg, December 2017.  
<https://rm.coe.int/the-origin-of-films-in-vod-catalogues/168078f2b4>
- *The origin of TV content in VoD catalogues. 2017 Edition*, European Audiovisual Observatory / Council of Europe, Strasbourg, December 2017.  
<https://rm.coe.int/the-origin-of-tv-content-in-vod-catalogues/168078f2b5>



- L'origine des films est basée sur les informations collectées dans la base de données LUMIERE (<http://lumiere.obs.coe.int>). Dans cette base de données, l'origine des films est basée, pour les analyses statistiques, sur l'identification de la nationalité de l'entreprise de production, et, en cas de coproduction, sur la nationalité de l'entreprise principale de coproduction. Les films produits en Europe à l'initiative d'entreprises non-Européennes (en particulier les Majors américaines) sont identifiés par l'indice inc (pour *incoming investment*). Ce principe d'identification peut avoir certaines limites pour identifier les œuvres définies comme nationales dans le cadre d'accords de coproduction avec des Etats non-membres (en l'occurrence les coproductions minoritaires), mais celles-ci sont, en principe, à exclure de la définition de l'œuvre européenne au sens de la Directive SMA.<sup>6</sup>
- Lorsque les films ne sont pas inscrits dans la base LUMIERE, l'Observatoire peut avoir recours à d'autres sources d'information.
- Pour ce qui concerne les œuvres audiovisuelles autres que des films, l'Observatoire ne dispose pas encore d'un outil aussi riche que la base LUMIERE, mais un travail de mise en place progressive d'un outil similaire est en cours et devait être opérationnel fin 2019.
- En France, une collaboration devrait être mise en œuvre entre l'Observatoire européen, la base ISAN et les instances en charge du dépôt légal (l'INA pour les œuvres audiovisuelles diffusées par un service de télévision sur le territoire, et la BNF pour les œuvres diffusées par un service de communication publique en ligne autre) et qui dispose de compétences techniques d'identification des œuvres.

Le recours par les Etats membres aux capacités de l'Observatoire permettrait de résoudre différentes inquiétudes :

- Harmonisation méthodologique
- Economies d'échelle : si les Etats membres menaient individuellement les opérations de monitoring, ils rencontreraient forcément les mêmes problèmes techniques et d'identification des œuvres que ceux rencontrés par l'Observatoire (nécessité de mise au point d'applications et de bases de données, limites dans l'identification de l'origine des œuvres). La duplication du travail serait coûteuse alors que la collaboration avec l'Observatoire permettrait d'éviter une duplication d'opérations.

---

6 Telle est bien la compréhension du CSA, voir note « La qualification d'œuvre européenne » (<https://www.csa.fr/Mes-services/FAQ/Protéger/La-qualification-en-oeuvre-europeenne>)

: "La qualification d'œuvre européenne attribuée par le Centre national de la cinématographie et de l'image animée (CNC) dans le cadre d'un accord bilatéral régissant le bénéfice d'une aide financière n'emporte pas de facto la qualification d'œuvre européenne au sens de la directive 2010/13/UE Services de médias audiovisuels. Pour bénéficier de la qualification d'œuvre européenne, l'œuvre doit respecter les critères définis par cette directive, tels que transposés en droit français à l'article 6 [du décret n° 90-66 du 17 janvier 1990](#).

Ainsi, pour regarder une coproduction faisant l'objet d'un accord bilatéral comme une œuvre européenne, le Conseil fait application de l'article 6-III de ce décret qui dispose que « constituent enfin des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles européennes les œuvres qui sont produites dans le cadre d'accords bilatéraux de coproduction conclus entre des Etats membres de la Communauté européenne et des Etats tiers lorsque les œuvres sont financées majoritairement par les contributions de coproducteurs établis dans des Etats membres, à la condition que la coproduction ne soit pas contrôlée par un ou plusieurs producteurs établis en dehors de ces Etats »."

- Garantie d'une couverture complète et impartiale. On peut supposer que certains Etats qui accueillent les opérateurs pan-européens fournissant le plus grand nombre de services (28 services iTunes Stores distincts, 27 services Netflix,...) seront les plus réticents à mettre en place un monitoring propre, nécessairement coûteux et qui mettrait probablement en évidence le non-respect des obligations par les services établis sur leur territoire<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Selon les chiffres de l'Observatoire, en 2017, pour tous les titres de films au moins présents dans 20 catalogues nationaux de iTunes Store (1 885 titres), les films américains représentent la plus grande part avec 53% (1 005 titres) alors que les titres de films de l'UE28 représentent 16% de tous les titres de films présents dans au moins 20 catalogues par pays. La moyenne européenne de la proportion de films européens dans les catalogues iTunes était de 24 %. En 2017, la moyenne de titres de programmes TV européens dans les services Netflix était de 21,7 % et dans les services iTunes Store de 2,2 %.