

Visibilité des contenus audiovisuels

La promotion des contenus audiovisuels en Belgique (FWB)

- RADIO**
Quotas de diffusion (musique FR et local)
Quotas de production (création radio)
- TV**
Quotas de diffusion (« œuvres » UE, FR, local)
Quotas de production (fiction/docu UE, local)
- RADIO-TV / Service public**
Quotas + mesures (captation spectacles, patrimoine, talents émergents, fiction, docu, ...)
- VOD**
Mise en valeur / promotion (œuvres UE, Fr, local)
Quotas de production (fiction/docu UE, local)

Quotas musicaux en radio – UE +

Quotas TV Oeuvres européennes (50%)

Quotas VOD mise en valeur – contribution

Country	Public	Private	Public	Private	Public	Private	Public	Private	Public	Private
Belgium	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
France	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
Germany	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
Italy	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
Netherlands	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
Poland	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
Portugal	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
Spain	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
UK	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%

Country	Flexibility	Flexibility	Flexibility
Belgium (French)	NO FLEXIBILITY	SEMI FLEXIBLE	FULLY FLEXIBLE
Cyprus	NO FLEXIBILITY	SEMI FLEXIBLE	FULLY FLEXIBLE
Finland	NO FLEXIBILITY	SEMI FLEXIBLE	FULLY FLEXIBLE
France	NO FLEXIBILITY	SEMI FLEXIBLE	FULLY FLEXIBLE
Germany	NO FLEXIBILITY	SEMI FLEXIBLE	FULLY FLEXIBLE
Italy	NO FLEXIBILITY	SEMI FLEXIBLE	FULLY FLEXIBLE
Netherlands	NO FLEXIBILITY	SEMI FLEXIBLE	FULLY FLEXIBLE
Poland	NO FLEXIBILITY	SEMI FLEXIBLE	FULLY FLEXIBLE
Portugal	NO FLEXIBILITY	SEMI FLEXIBLE	FULLY FLEXIBLE
Spain	NO FLEXIBILITY	SEMI FLEXIBLE	FULLY FLEXIBLE
UK	NO FLEXIBILITY	SEMI FLEXIBLE	FULLY FLEXIBLE

Country	Contribution	Contribution	Contribution
Belgium	Yes	Yes	Yes
France	Yes	Yes	Yes
Germany	Yes	Yes	Yes
Italy	Yes	Yes	Yes
Netherlands	Yes	Yes	Yes
Poland	Yes	Yes	Yes
Portugal	Yes	Yes	Yes
Spain	Yes	Yes	Yes
UK	Yes	Yes	Yes

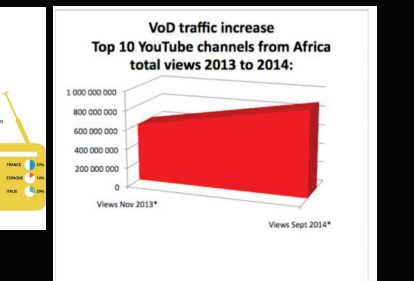
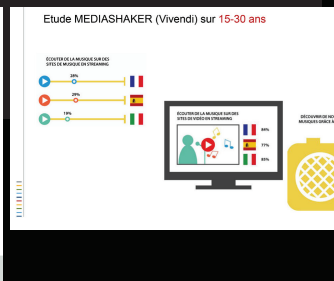
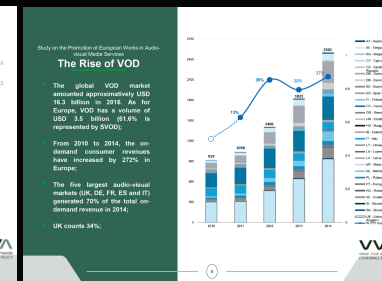
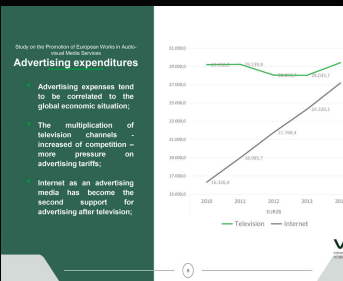
De la radio-télévision aux services VOD et en ligne

Dépenses publicitaires par Media en Europe en Millions d'Euros

Revenus de la consommation de la VOD en Europe Millions d'Euros

La musique en radio et sur le web

Top 10 des chaînes YouTube en Afrique



Partage d'expérience

Analyse des formes promotionnelles

Siteweb, GEP, Folder, Chaîne d'autopromotion

Etude de promotion spécifique

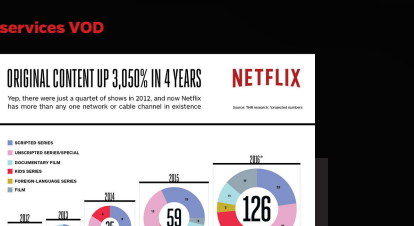
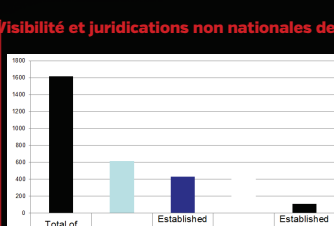
PROPORTIONS EUROPEENES: CATALOGUE PROMOTION / CONSOMMATION 2011-2015

Retour d'expérience :
 - L'intensité promotionnelle, les catalogues et la consommation peuvent être mesurés
 - Certaines corrélations entre l'intensité de la promotion et de consommation peuvent être observées
 - Une régulation pratique de l'objectif de visibilité / de découvrabilité des œuvres à la demande est possible
 - Evaluation: échantillon + large, réseaux sociaux, base de données

Enjeux et coopération

Visibilité des contenus d'intérêt général
 - Visibilité des contenus de service public (must carry ?)
 - Visibilité des contenus produits localement
 - Visibilité des contenus d'information
 - Visibilité des œuvres musicales locales, francophones, européennes

Visibilité et algorithmes
 - Tension entre: « prescription » de l'éditeur (responsable des choix éditoriaux et des objectifs de visibilité) / « prescription » de l'algorithme (et ses risques pour la diversité / bulles de filtre)
 - Nombreux autres enjeux: Visibilité et accès aux contenus d'intérêt public; Transparence et information de l'utilisateur; Concentration des services et intégration verticale des contenus



Visibilité et coopération
 - Régulateurs nationaux
 - PF de régulateurs européens
 - Conseil de l'Europe et Observatoire E.A.
 - Union européenne (Directive SMA)
 - Quota de catalogues VOD (20-30%) / Mise en valeur
 - Contribution VOD à la production y.c. « ciblant »
 - Capacités des EM de garantir la visibilité et l'accessibilité des contenus d'intérêt général

