



HAL
open science

...et donc une chaîne Youtube est soumise aux pouvoirs de régulation du CSA

Philippe Mouron

► **To cite this version:**

Philippe Mouron. ...et donc une chaîne Youtube est soumise aux pouvoirs de régulation du CSA.
Revue Lamy Droit de l'immatériel, 2017, 134, pp.8-11. hal-01487225v2

HAL Id: hal-01487225

<https://amu.hal.science/hal-01487225v2>

Submitted on 25 May 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0
International License



... Et donc une chaîne *Youtube* est soumise aux pouvoirs de régulation du CSA

-

Revue Lamy Droit de l'Immatériel, n° 134, février 2017, pp. 8-11

MOURON Philippe

Maître de conférences en droit privé

LID2MS – Aix-Marseille Université

Le statut des plateformes de contenus en ligne est le sujet de nombreuses préoccupations, et est voué à connaître d'importantes évolutions.

Ces services sont actuellement traités comme des hébergeurs au sens de l'article 6 de la loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique. Les plateformes sont censées être neutres vis-à-vis des contenus qu'elles hébergent, et ne sont tenues à aucune obligation générale de surveillance de ceux-ci. Elles ne sauraient en être responsables que dans des cas exceptionnels, c'est-à-dire en cas de participation à la mise en ligne de contenus illicites, ou bien, lorsque ceux-ci leur sont notifiés *a posteriori*, en cas d'absence de retrait effectué dans un délai prompt. Elles peuvent aussi être astreintes à des mesures de surveillance ciblée et temporaire¹. Mais la neutralité de ces plateformes est néanmoins contestée, dès lors qu'elles participent au classement et au référencement des contenus hébergés, et en tirent également des revenus publicitaires. Cela explique que leur statut soit voué à évoluer de diverses manières. La loi du 7 octobre 2016 pour une République numérique leur a déjà affecté une obligation de loyauté, qui les contraindra à délivrer une information relative aux conditions d'utilisation et de référencement des contenus, ainsi que sur les liens avec les éventuels partenaires et annonceurs qui pourraient influencer celui-ci. Le projet de directive relative au droit d'auteur, publié par la Commission européenne le 14 septembre 2016, prévoit également de renforcer leur responsabilité à l'égard des contenus portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle, en leur imposant une nouvelle obligation de filtrage². Enfin, la volonté de taxer les revenus générés par ces plateformes s'est récemment concrétisée lors du vote du projet de loi de finances rectificative pour 2016³.

¹ Voir not. : TGI Paris, ord. réf., n° 11/07970, 6 novembre 2013, *JCP-G*, 23 septembre 2013, pp. 1726-1727, obs. L. MARINO

² Proposition de directive du Parlement européen et du Conseil sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique (COM(2016)593 final)

³ Art. 56 du projet de loi de finances rectificative pour 2016, adopté en Lecture définitive par l'Assemblée nationale le 22 décembre 2016

Mais c'est aussi sur le terrain de la régulation que les plateformes de contenus audiovisuels, ou du moins leurs utilisateurs, sont susceptibles de connaître d'importants changements. En effet, elles entretiennent une certaine convergence avec le secteur de la communication audiovisuelle. Celle-ci s'explique déjà par l'identité de nature des contenus qui peuvent y être diffusés. Elle se traduit aussi sur le plan économique, depuis que des groupes audiovisuels investissent le marché des services à la demande disponibles via le web. Ceux-ci ont par conséquent un impact important sur les services de médias audiovisuels en termes d'audience, alors même qu'ils ne sont pas soumis aux mêmes obligations. Des contenus dont la diffusion est normalement interdite ou limitée à la télévision peuvent ainsi figurer en libre accès sur les plateformes.

Celles-ci devraient-elles être régulées de la même manière que les services de médias audiovisuels ? C'est à cette question que le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) a tenté d'apporter une réponse, en envoyant spontanément une mise en demeure à l'égard d'une chaîne *Youtube*, dont les vidéos, à visée humoristique, manquent de vigilance à l'égard de la consommation d'alcool. Ce faisant, c'est bien lui reconnaître la qualité de service de média audiovisuel à la demande. Les conséquences de cette qualification sont importantes pour les plateformes de contenus. Si cette décision est novatrice dans son principe, l'évolution semblait néanmoins inéluctable.

Le cloisonnement initial des services de médias audiovisuels et des services de communication au public en ligne a peu à peu perdu de son fondement pour les plateformes (I). Cela justifie l'extension à laquelle le CSA a procédé, recherchant ainsi une régulation harmonisée de services qui sont de plus en plus similaires (II).

I. Les frontières mouvantes de la notion de service de médias audiovisuels à la demande

Les services de médias audiovisuels et les services de communication au public en ligne, qui incluent les plateformes, sont définis de manière bien distincte dans le droit positif (A), mais leur convergence a déjà pu légitimer un certain nombre d'évolutions et de projets (B).

A. L'exclusion initiale des services de communication au public en ligne

Les services de médias audiovisuels sont définis par la loi du 30 septembre 1986, relative à la liberté de communication.

Cette loi en établit le régime juridique, en les soumettant aux pouvoirs de régulation du CSA, ainsi qu'à d'autres obligations et limites relatives aux contenus qui peuvent être diffusés (protection de l'enfance et de l'adolescence, réglementation de la publicité, pluralisme...), ou bien à leur contribution à la production et la diffusion d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles européennes et françaises. Ces obligations sont plus lourdes que celles qui s'appliquent aux secteurs de la presse écrite et de la communication au public en ligne, à la fois pour des raisons économiques mais aussi culturelles. Ce cadre, exclusif de toute interactivité, ne concernait à l'origine que les éditeurs de services de télévision et de radio. Le

développement des services à la demande, qui concurrençaient ceux-ci, a justifié une réforme d'ampleur. Suite à l'arrêt *Mediakabel*, rendu en 2005 par la CJCE⁴, la directive Services de médias audiovisuels a été adoptée en 2007⁵ pour inclure désormais les services de médias audiovisuels à la demande. La directive fut transposée en France par la loi du 5 mars 2009.

Désormais, les services de médias audiovisuels se classent en deux catégories : d'une part, les services de médias audiovisuels linéaires ; d'autre part, les services de médias audiovisuels à la demande (SMAD). Ceux-ci ont été définis dans la loi de 1986 comme étant « *tout service de communication au public par voie électronique permettant le visionnage de programmes au moment choisi par l'utilisateur et sur sa demande, à partir d'un catalogue de programmes dont la sélection et l'organisation sont contrôlées par l'éditeur de ce service* ». Outre la simultanéité dans la mise à disposition des contenus, le critère de l'éditorialisation est déterminant dans la qualification des SMAD et constitue le dénominateur commun avec les autres services de médias audiovisuels. La loi a pris soin d'exclure un certain nombre d'autres services qui partagent avec ceux-ci le fait d'être accessibles à la demande. On y trouve notamment les services « *qui ne relèvent pas d'une activité économique* », ceux « *dont le contenu audiovisuel est secondaire* », ou encore ceux qui assurent « *pour mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le seul stockage de signaux audiovisuels fournis par des destinataires de ces services* » (art. 2). Autrement dit, les plateformes d'hébergement ne sont *a priori* pas concernées. Seuls les services dits de « rattrapage » ainsi que les services de vidéos à la demande étaient visés à l'origine. Ils se trouvent soumis à une partie des obligations qui incombent aux autres services de médias audiovisuels, notamment en ce qui concerne la déontologie et la protection du jeune public⁶, l'encadrement des communications commerciales, la contribution à la production d'œuvres européennes et françaises, le respect de quotas de diffusion de ces mêmes œuvres⁷, la chronologie des médias, ainsi qu'aux pouvoirs de régulation du CSA, au rang desquels figure le pouvoir de sanction⁸.

C'est à cet encadrement relativement strict que l'opérateur Netflix a voulu échapper en établissant son siège européen hors de France.

⁴ CJCE, 3^{ème} Ch., 2 juin 2005, *Mediakabel BV c./ Commissariaat voor de Media*, C-89/04, *RLDI*, n° 9, octobre 2005, pp. 26-32, note M. MORITZ

⁵ Directive n° 2007/65/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2007 modifiant la directive n° 89/552/CE du Conseil visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle, consolidée par la directive 2010/13/UE visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels, compte tenu de l'évolution des réalités du marché

⁶ Délibération du CSA n° 2011-64 du 20 décembre 2011 relative à la protection du jeune public, à la déontologie et à l'accessibilité des programmes sur les services de médias audiovisuels à la demande

⁷ Décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande

⁸ Voir not. les décisions du 16 octobre 2012 à l'égard de *KZ Play*, du 26 juin 2013 à l'égard de *Orange Cinéma Séries*, des 16 octobre 2012 et 25 juin 2014 à l'égard de *Mytfl.fr*

B. La perméabilité voulue de la notion de services de médias audiovisuels

Malgré les distinctions établies par la loi, l'étendue de la notion de SMAD n'a pas cessé d'être mise en cause. L'absence de régulation des services relevant de la communication au public en ligne, et plus particulièrement des plateformes qui sont à la fois concurrentes et convergentes des services de médias audiovisuels, ont justifié une évolution par étape tendant à les faire rentrer dans le champ du droit de la communication audiovisuelle.

Les motifs politiques et économiques précités sont bien sûr à l'origine de ce changement, et ont donné lieu à plusieurs études et projets de réforme. Le rapport de la Mission Lescure, rendu en 2013, s'était ainsi inquiété de la concurrence entre acteurs régulés et non régulés, et avait jeté les bases de nouveaux mécanismes de régulation publique. Ceux-ci seraient fondés sur la prise d'engagements conventionnels avec le CSA par les services culturels numériques, au rang desquels pourraient figurer les sites de partage de vidéos en ligne⁹. Le CSA s'est également montré soucieux de cette question, en relevant le différentiel de régulation entre des services de plus en plus similaires. Il a défendu à plusieurs reprises la nécessité d'harmoniser les règles applicables¹⁰, proposant même un système de « co-régulation » des contenus en ligne fondé sur une labellisation des sites et le principe d'une intervention subsidiaire en cas de manquement¹¹. Ces propositions ont été relayées au niveau européen¹². Elles ont connu un certain écho dans la proposition visant à réviser la directive « services de médias audiovisuels »¹³. Si les mécanismes définitifs sont encore à préciser, il semble évident que les plateformes en ligne seront à terme considérées comme des SMAD et soumises en tant que telles à des obligations plus strictes quant aux contenus qu'elles mettent à disposition.

Une telle évolution suppose néanmoins de lever les obstacles juridiques existant dans les textes. Le CSA, tout comme la Cour de justice de l'Union européenne, s'est engagé dans cette voie, révélant ainsi toute la perméabilité de la notion de SMAD. Le principe de neutralité technologique, qui figure dans la loi du 30 septembre 1986, permet en effet de passer outre un certain nombre d'exclusions, dès lors que les services correspondent à la définition des services

⁹ Culture-Acte 2 – Mission « Acte 2 de l'exception culturelle » - Contribution aux politiques culturelles à l'ère numérique, T. 1, mai 2013, pp. 150-154

¹⁰ CSA, Contribution à la réflexion sur l'évolution de la régulation de l'audiovisuel et des communications électroniques, octobre 2012, p. 16

¹¹ CSA, Contribution sur l'adaptation de la régulation audiovisuelle, janvier 2013, pp. 26-28 ; voir également : Plateformes et accès aux contenus audiovisuels – Quels enjeux concurrentiels et de régulation ?, septembre 2016, 99p.

¹² CSA, Réponse à la consultation publique de la Commission européenne sur le Livre vert : Se préparer à un monde audiovisuel totalement convergent : croissance, création et valeurs, septembre 2013, 39p., et Réponse du CSA à la consultation de la Commission européenne sur la directive Services de médias audiovisuels - Un cadre pour les médias du 21e siècle, 3 novembre 2015, 53p.

¹³ Proposition de directive du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 2010/13/UE visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels, compte tenu de l'évolution des réalités du marché (COM(2016)287 final)

de médias audiovisuels. D'ailleurs, cette évolution ne concerne pas uniquement les plateformes de contenus, mais bien tous les services économiques qui agrègent des contenus audiovisuels, qu'ils soient diffusés de façon linéaire ou à la demande. Les web-radios et les web-TVs ont été immédiatement considérés comme des services de médias audiovisuels linéaires. Puisque les modalités techniques de mise à disposition des programmes sont sans incidence, il ne pourrait en aller autrement avec les services à la demande disponibles *via* le web. C'est ce que le CSA a confirmé, en qualifiant de SMAD les pages des sites web de stations de radio qui proposent un catalogue de programmes vidéo, en considérant que celles-ci constituaient une offre autonome des autres contenus¹⁴. La directive comme la loi de 1986 n'excluent pas une qualification distributive au sein d'un même service, dès lors que les programmes audiovisuels sont distincts des autres parties. La Cour de justice a confirmé cette analyse dans un arrêt du 21 octobre 2015, en qualifiant de SMAD le catalogue de vidéos proposé par un site de presse en ligne indépendamment des parties rédactionnelles, dès lors que ces vidéos, produites par un éditeur de télévision locale, étaient comparables à celles d'autres services de même nature¹⁵.

Le terrain était ainsi propice à ce qu'une chaîne *Youtube* soit inéluctablement qualifiée de SMAD.

II. Les « sables mouvants » de la future régulation des services audiovisuels numériques

Le CSA vient de poursuivre l'évolution précédemment décrite dans sa décision d'assemblée plénière du 9 novembre 2016, s'agissant de la chaîne *Youtube* « Les recettes pompettes » (A), marquant ainsi un tournant fondamental dans la régulation de l'audiovisuel (B).

A. « Les recettes pompettes », cible idéale d'une régulation extensive des services de médias audiovisuels

La décision du CSA part d'un fondement légitime, et procède à une réinterprétation des dispositions de la loi de 1986. La description même du service en cause démontre l'ambiguïté grandissante des contenus disponibles sur les plateformes en ligne.

A l'origine se trouve la chaîne « Les recettes pompettes », qui est disponible sur *Youtube* depuis avril 2016 dans sa version française. Il s'agit de la reprise d'une émission québécoise diffusée par un éditeur privé de service de télévision. Le détail a son importance, car il atteste de l'identité de nature des contenus qui sont diffusés par les plateformes et par les services de médias audiovisuels. Cette identité est d'autant plus grande en l'espèce que l'émission est produite par *Studio Bagel*, une société de production qui œuvre à la fois pour le groupe audiovisuel *Canal +* et sur *Youtube*. Enfin, l'émission présente toutes les caractéristiques d'un

¹⁴ Décision du CSA, Assemblée plénière, du 29 mai 2013, *Qualification juridique des vidéos en libre accès sur les sites internet des radios*

¹⁵ CJUE, 2ème Ch., 21 octobre 2015, *New Media Online GmbH c./ Bundeskommunikationssenat*, n° C-347/14, *JurisArt etc.*, décembre 2015, p. 12, obs. E. SCARAMOZZINO

service éditorialisé, au sens qu'elle est organisée en respectant une certaine périodicité, une identité visuelle et un concept récurrent. C'est à niveau que cette « chaîne » a éveillé l'attention des pouvoirs publics¹⁶, y compris celle du Président du CSA, M. Olivier Schrameck¹⁷, dès le début de sa diffusion. Le but de l'émission consiste à faire réaliser une recette de cuisine par un invité de marque, qui doit en même temps consommer plusieurs verres d'alcools (*shooters*) et répondre aux questions de l'animateur. Le côté humoristique tient évidemment à l'état d'ébriété dans lequel finit par se retrouver l'invité, et les conséquences que celui-ci a sur son comportement. Chaque épisode est quand même précédé d'un message d'avertissement au jeune public, ainsi que sur les dangers de la consommation excessive d'alcool.

Mais le concept entier de l'émission a évidemment du mal à passer en termes de prévention de l'alcoolisme. Elle constituerait une propagande indirecte en faveur de la consommation de boissons alcoolisées, normalement encadrée depuis la loi Evin. Pourtant, du point de vue légal, la diffusion d'une telle émission sur une plateforme en ligne entrerait bien dans les cas limitativement prévus par l'article L 3323-2 du Code de la santé publique. Si elles sont normalement interdites dans les services de télévision et les SMAD, la propagande et la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcoolisées est autorisée sur les « services de communications en ligne à l'exclusion de ceux qui, par leur caractère, leur présentation ou leur objet, apparaissent comme principalement destinés à la jeunesse ». Encore une fois, c'est bien ce différentiel qui alarme, puisque l'émission n'aurait aucune chance d'être diffusée par un service de télévision alors qu'elle est en libre accès sur une plateforme, en s'adressant au public français. Le débat relatif à la « jeunesse » de celui-ci semblait relativement difficile à trancher, le concept de l'émission n'étant pas spécifiquement destiné aux plus jeunes, entendus comme les enfants et adolescents, l'éditeur ayant de surcroît pris des précautions.

Aussi le CSA a-t-il finalement coupé court à toute polémique, en considérant la chaîne comme un SMAD, ce qui la place définitivement hors du champ de l'article précité. De son propre chef, l'autorité de régulation a donc étendu son pouvoir à une chaîne proposée par une plateforme de partage en ligne. Mais il est vrai que celle-ci correspond à la définition d'un SMAD. Sans égard pour les modalités de sa diffusion au public, elle comprend bien un catalogue de contenus organisé par un éditeur professionnel, dans le cadre d'une activité économique et constitue une offre entièrement autonome de tout autre service. Si *Youtube* participe indirectement à sa diffusion, elle ne relève pas de sa responsabilité éditoriale. Or ce critère est déterminant dans la qualification d'un service de médias audiovisuels, et ne pouvait donc être retenu qu'à l'égard d'un compte déterminé. Cette dissociation est d'ailleurs reprise au niveau européen dans la proposition visant à modifier la directive 2010/13/UE. La solution, qui était en germes dans la loi, est donc parfaitement logique. Elle a trouvé, à l'occasion de

¹⁶ Voir « Emission "Les Recettes Pompettes" - Le ministère des Affaires sociales et de la Santé demande au producteur de retirer la bande-annonce et de renoncer à l'émission », communiqué de presse du Ministère des affaires sociales et de la santé du 7 avril 2016 ; voir également « Apologie de la biture sur You Tube - Les Recettes Pompettes », communiqué de presse de l'Association nationale de prévention en alcoologie et addictologie du 4 avril 2016

¹⁷ Voir l'entretien « Le président du CSA : "Il nous faut des moyens d'investigation" », *Le Parisien*, 8 avril 2016

cette affaire, la légitimité qui lui manquait jusqu'alors. Cela permet au CSA d'adresser à la chaîne une mise en garde relative au respect des principes de la loi du 30 septembre 1986, du décret du 12 novembre 2010 relatif aux SMAD ainsi qu'à la délibération du 20 décembre 2011 relative à la protection du jeune public dans ces mêmes services.

Au-delà, bien d'autres obligations pourraient dès lors s'appliquer au service, qu'il s'agisse de la signalétique jeunesse, ou encore de la nécessité d'effectuer une déclaration préalable auprès du CSA... autant de contraintes qui pourraient désormais peser sur un grand nombre de chaînes *Youtube* et apparentées.

B. La portée de la décision du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel à l'égard des autres services numériques

La décision du CSA pourrait avoir bien d'autres répercussions quant à l'extension de la régulation de tels services, et pose encore plus de questions qu'elle n'apporte de réponses.

De ce point de vue, bien d'autres comptes *Youtube* ou *Dailymotion* présentent des caractéristiques identiques à celles d'un SMAD. Ils sont organisés en fonction d'une certaine périodicité, une thématique, une identité visuelle, que ce soit à titre professionnel ou amateur. La désignation de ces comptes sous le vocable de « chaînes » ne fait que renforcer l'identité avec les services de médias audiovisuels qui sont déjà régulés. Ajoutons à cela qu'ils sont voués à être reçus sur les mêmes terminaux (télévisions connectées, smartphones, tablettes...) et donc consommés de la même manière par les utilisateurs. Cela explique aussi que de nombreux programmes, diffusés initialement par des services de médias audiovisuels, sont ensuite repris sur des plateformes en ligne, sous la forme de canaux de rattrapage. Mais l'inverse est aussi vrai, car des contenus glanés sur le web peuvent ensuite être repris par ces mêmes médias audiovisuels, de façon ponctuelle ou plus systématique. Certains créateurs ont pu faire connaître leurs premières œuvres sur les plateformes avant de connaître une importante notoriété leur ouvrant les portes du secteur audiovisuel. Par ailleurs, des services payants sont disponibles depuis peu sur des plateformes comme *Youtube*, ces comptes étant alors apparentés à des services de vidéo à la demande. De plus, les services à la demande ne sont pas les seuls concernés. Des services en continu ont également investi le créneau des plateformes, soit qu'il s'agisse de la reprise intégrale de chaînes de télévision, soit qu'il s'agisse de contenus, amateurs ou professionnels, diffusés en « live » (concerts, spectacles...). Quand bien même leur accès est à la demande, ils sont composés d'une suite ordonnée d'émissions comportant des images et des sons, et sont donc, en tant que tels, des services de médias audiovisuels linéaires identiques aux web-TVs et aux chaînes de télévision « classiques ». Elles présentent dès lors les mêmes nécessités de régulation, dès lors que le spectateur ne peut choisir le moment de la réception, ni influencer sur l'ordre de diffusion. Avec le web, elles peuvent même présenter une certaine dangerosité, un internaute pouvant se trouver incidemment face à un contenu choquant malgré lui. Or c'est bien la volonté de protéger le public contre un message indésirable, diffusé contre la volonté du récepteur, qui a justifié à l'origine la régulation des services de télévision. La proposition de directive prévoit à ce titre que les fournisseurs de plateformes, s'ils resteront

irresponsables des contenus partagés par leurs utilisateurs, seront néanmoins associés à la mise en œuvre de mesures protectrices du jeune public (cons. n° 28-30 et art. 28 *bis* et 28 *ter*).

In fine, seuls les comptes « amateurs » et/ou gratuits pourraient rester exclus de la régulation des services de médias audiovisuels. Pour autant, sont-ils nécessairement moins dangereux que les autres au regard des limites normalement imposées aux services de médias audiovisuels ? Des vidéos amateurs peuvent très bien être le vecteur de contenus choquants, contraires à l'ordre public ou tombant sous le coup d'une interdiction de diffusion par voie audiovisuelle. Rapidement, un nouveau différentiel de régulation pourrait voir le jour à l'égard de ces comptes, qui sont disponibles via les mêmes procédés de diffusion. Le problème ainsi soulevé pourrait se généraliser et concerner toutes les applications, telles *Periscope*, et tous les services qui permettent de diffuser en direct des contenus composés d'images et de sons. Des scènes ayant suivi les attentats de Paris du 13 novembre 2015 et de Nice du 14 juillet 2016 ont ainsi pu être diffusées immédiatement sur les réseaux sociaux, comme *Twitter*, et être relayées comme des informations. Ces contenus, naturellement choquants, pourraient bien être considérés comme participant d'un contexte d'information (relativement) éditorialisé, quand bien même leur source serait celle d'un amateur. Dans tous les cas, leur caractère choquant reste le même, qu'ils soient diffusés en ligne ou par un service de télévision.

Enfin, il reste un problème de taille, lié à la dimension internationale de tous ces services. S'il semble logique que seuls les éditeurs de services français et/ou européens soient concernés par une telle régulation, que faire vis-à-vis de ceux qui sont édités à partir d'autres États tout en étant disponibles sur les mêmes plateformes ? On voit bien que le CSA vient de mettre le doigt dans un vaste engrenage et le chantier qu'il a engagé en France, si légitime qu'il soit, interroge sur la nature des mesures qui pourront être mises en œuvre, notamment sur le plan technique, face à la multitude, la diversité et la portée de ces canaux de diffusion.