

# Table des matières

Sommaire .....	5
Avant-propos .....	7

## Introduction

Nouveaux écrans, nouvelle régulation ?	
Prendre le tempo et le temps de la mutation .....	9
Muriel HANOT	

## Partie I. Nouveaux écrans .....

23

Chapitre 1. Changing Media Ontology and the Polity .....	25
--	----

Sophia KAITATZI-WHITLOCK

1. <i>Introduction</i> .....	25
2. <i>Communication Actors in the Pre-Internet Era</i> .....	28
3. <i>The Existential Crisis of Traditional Mass Media</i> .....	32
4. <i>Media Habitats in Flux: Trends in the Post-Web Era</i> .....	34
5. <i>Infonation and Other Inherent Flaws in Digital Habitats</i> .....	37
6. <i>Intriguing Paradoxes and Challenges for State Governance</i> .....	40
7. <i>Status and Positions Changed in the Post-Web Era</i> .....	42
7.1. NOT SIMPLY 'AUDIENCES', BUT 'SENDERS' AND MEMBERS OF THE PUBLIC ...	43
7.2. TRADITIONAL MASS MEDIA .....	44
Former Customers as Competitors in Supply of Contents .....	45
On the Particularity of Television .....	46
7.3. ADVERTISERS AND THE ADVERTISED: STEADY WINNERS .....	47
8. <i>The Polity and the State</i> .....	48
9. <i>Concluding Remarks: Towards a Social Contract for Public Communication in the Post-Internet Era</i> .....	53

Chapitre 2. Marchés convergents, intérêts économiques divergents ?

Le secteur audiovisuel ..... 55

Nathalie SONNAC

- 1. *Un changement de paradigme*..... 56
  - 1.1. UNE RÉVOLUTION DISRUPTIVE..... 56
  - 1.2. INTERNET AU CŒUR DES USAGES ..... 59
  - 1.3. ÉMERGENCE D'UNE CULTURE NUMÉRIQUE..... 61
- 2. *La révolution d'Internet au cœur de la filière audiovisuelle* ..... 64
  - 2.1. LES TROIS MODÈLES D'AFFAIRES DE LA TÉLÉVISION..... 65
  - 2.2. MUTATIONS ET CONSÉQUENCES MAJEURES POUR LE SECTEUR AUDIOVISUEL .... 67
- 3. *Convergence et écosystèmes*..... 71
- 4. *Les enjeux et les défis économiques des écosystèmes* ..... 73

Chapitre 3. S'adapter pour survivre : les stratégies des acteurs traditionnels

de la Fédération Wallonie-Bruxelles face aux défis de l'économie relationnelle..... 77

Thomas BIHAY

- 1. *Le passage à l'économie relationnelle*..... 77
- 2. *Des stratégies internes orientées contenu* ..... 80
  - 2.1. DIVERSIFICATION ET INTERACTIVITÉ : VERS LA SOCIAL TV..... 80
  - 2.2. S'ADAPTER À L'OFFRE ATAWAD..... 84
- 3. *D'autres fonctions au sein de la chaîne de valeur*..... 86
- 4. *Les freins aux stratégies internes*..... 87
- 5. *Stratégies contractuelles et lieux de négociation* ..... 89
  - 5.1. LA QUESTION DU PARTAGE DES REVENUS..... 89
  - 5.2. LA QUESTION DES REVENUS PUBLICITAIRES ..... 89
  - 5.3. LA QUESTION DES DROITS D'AUTEURS, DE LA PROTECTION DES ŒUVRES  
ET DE L'ACCÈS AUX CONTENUS *PREMIUMS* ..... 90
  - 5.4. LA QUESTION DU FINANCEMENT DE L'INFRASTRUCTURE DES RÉSEAUX  
ET DE LA BANDE PASSANTE..... 91

5.5. LA VISIBILITÉ DES ACTEURS TRADITIONNELS SUR LES DIFFÉRENTES PLATEFORMES .....	91
5.6. LA DÉFINITION DES TÂCHES ET FONCTIONS DE CHACUN DES ACTEURS DE LA RELATION.....	91
5.7. DES BARRIÈRES À L'ACCÈS AUX PLATEFORMES DES NOUVEAUX ENTRANTS ? .....	92
6. <i>L'évolution des relations entre acteurs traditionnels</i> .....	92
7. <i>Stratégies collaboratives ou de défiance avec les nouveaux entrants</i> .....	94
8. <i>Des stratégies internes et contractuelles variées</i> .....	99
9. <i>Conclusion :</i> <i>la nécessité de s'adapter au modèle conversationnel</i> .....	100
Chapitre 4. The Perfect Storm.....	103
Juan Luis MANFREDI	
1. <i>Four Crises</i> .....	103
2. <i>The Decline of Paper, the Survival of Journalism</i> .....	110
3. <i>Y no saber a dónde vamos (And not Knowing where We Go)</i> .....	113
4. <i>Entrepreneurial Journalism, a Renewed Hope</i> .....	115
5. <i>A Time for Hope</i> .....	119
Chapitre 5. La standardisation : un enjeu pour la sauvegarde du pluralisme ?.....	121
Geneviève DE BUEGER	
1. <i>Introduction</i> .....	121
2. <i>La sauvegarde du pluralisme</i> .....	124
3. <i>Une incompatibilité à plusieurs niveaux</i> .....	125
4. <i>Positions institutionnelles, des associations et nationales</i> .....	126
5. <i>Qu'en est-il en Fédération Wallonie-Bruxelles de Belgique ?</i> .....	130
6. <i>Initiatives de l'industrie et des développeurs d'applications</i> .....	133
7. <i>Conclusion</i> .....	135

Chapitre 6. Télévision connectée : un débat enrichi par l'approche des usages ..... 137

Martin CULOT

1. Niveau 1 : interaction entre utilisateur et dispositif technique.... 138
2. Niveau 2 : la coordination entre usager et conception du dispositif..... 140
3. Niveau 3 : la situation de l'usage dans un contexte de pratique.. 143
4. Niveau 4 : inscription de la dimension politique et morale dans le design technique et la configuration de l'usager..... 147
5. Niveau 5 : ancrage dans les macrostructures ..... 150
6. Conclusion ..... 151

**Partie II. Nouvelle régulation ? ..... 153**

Chapitre 7. Convergence of Regulation: Audiovisual Media Services, Internet and Regulation ..... 155

Sebastian MÜLLER

1. Introduction..... 155
2. Convergence of Regulation: a Short Reflection on the Notion's Meaning..... 156
3. Audiovisual Media Services and European Regulation ..... 159
4. Connected TV: A Brief Overview of Audiovisual Media Services in German Regulation ..... 162
5. Fundamental Rights Standards as a Guideline for Future Regulation ..... 166
6. Conclusion ..... 168

Chapitre 8. The Concept of Net Neutrality and the Tension between Public Regulation and the Private Self-Regulation of Networks..... 171

Joan BARATA

1. Introduction..... 171
2. Net Neutrality as Part of the Tension between Self-Regulation and Statutory Regulation ..... 173
3. Regulatory Measures Related to Protecting Net Neutrality ..... 177

Chapitre 9. La neutralité d'Internet est imparfaite et elle doit le rester ! .....	183
Nicolas CURIEN	
1. <i>Introduction</i> .....	183
2. <i>Une définition formelle de la neutralité parfaite</i> .....	184
3. <i>Neutralité parfaite et non-discrimination         sont-elles équivalentes ?</i> .....	187
4. <i>Neutralité parfaite et efficacité</i> .....	189
5. <i>Neutralité imparfaite</i> .....	192
6. <i>Gestion du trafic</i> .....	194
7. <i>Segmentation de la demande</i> .....	195
8. <i>Contrainte budgétaire</i> .....	197
9. <i>Politiques publiques</i> .....	199
10. <i>Conclusion : neutralité, régulation et concurrence</i> .....	202
Chapitre 10. La régulation de l'audiovisuel sur Internet : une logique de gestion de risques .....	209
Pierre TRUDEL	
1. <i>Introduction</i> .....	209
2. <i>La fin du paradigme de la rareté</i> .....	210
3. <i>Une régulation de gestion de risques</i> .....	213
3.1. LE RISQUE FONDEMENT DE LA RÉGULATION .....	214
3.2. LE RISQUE FACTEUR D'EFFECTIVITÉ DE LA RÉGULATION .....	216
4. <i>Conclusion</i> .....	219
Chapitre 11. Convergence et corégulation .....	223
Marc JANSSEN	

## Conclusions

De quoi la télévision connectée sera-t-elle le <i>#hashtag</i> ? .....	229
Pierre-François DOCQUIR	
1. <i>#politiquedesmédi</i> as .....	233
1.1. #INNOVATION .....	235
1.2. #ÉDUCATIONAUXMÉDIAS .....	239
2. <i>#Internet</i> .....	241
2.1. #LIBERTÉS .....	242
2.2. #NEUTRALITÉ .....	248
3. <i>#régulation</i> .....	252
3.1. #SMA .....	253
3.2. #STRATÉGIE .....	257
4. <i>Conclusion – de quoi la télévision connectée est-elle le hashtag ?</i> .....	258
Les auteurs .....	259
Table des matières .....	267