

MES SERVICES TV LA TV INTERACTIVE

Expérimentation d'un portail de services
interactifs indépendant

Mes Services TV – Rapport – Avril 2012

www.messervicestv.fr



SOMMAIRE

Résumé

Préambule

Le fonctionnement de Mes Services TV

L'offre de Mes Services TV

L'expérimentation de Mes Services TV – retours d'usages

Environnement et matériel de référence

Rappel calendrier de l'expérimentation

Les verrous constatés

Éléments de recommandation

Évaluation des besoins en bande passante

Analyse des connexions au portail et aux services

Modèle économique de la plateforme

Témoignages de partenaires

Perspectives

ANNEXES

- Convention de partenariat "EDITEUR", spécifications techniques
- Convention de partenariat "EDITEUR", spécifications éditoriales
- Exemples de services
- Liste des éditeurs contactés par MSTV
- Commentaires de l'AFDESI sur le document « SERVICES ET PROFIL DE SIGNALISATION POUR LA DIFFUSION DE LA TV NUMERIQUE DE TERRE METROPOLITAINE ET ULTRAMARINE », version 3.2 de juillet 2010
- Les commentaires de l'AFDESI sur la Consultation relative au déploiement des services relevant de l'article 30-5 de la loi du 30 septembre 1986, aux données associées aux services de la télévision numérique terrestre (TNT) et de la radio numérique de terre (RNT) ainsi qu'à la régulation des services de médias audiovisuels à la demande

Resumé :

Le projet MES SERVICES TV a permis de tester et de démontrer, que l'arrivée des services de télévision connectés autour de la norme européenne HbbTV permettait de répondre à plusieurs enjeux forts du marché :

- Répondre aux attentes des téléspectateurs
 - o Qui souhaitent plus de choix, plus de personnalisation, et plus d'interactions...
 - o Mais qui apprécient la simplicité et l'universalité des services de télévision
- Répondre à la menace de la télévision « sans frontière et sans limite »
 - o Qui bénéficie de la généralisation de l'accès internet haut débit pour apporter à ses conditions un contenu de toute forme et de toute origine, sans respecter l'équilibre et les exigences qui en ont fait le loisir préféré du grand public
 - o Mais qui sait attirer le public avec une offre très diversifiée qui manque à la TNT
- Permettre à des Editeurs qui n'ont pas aujourd'hui leur place sur la télévision d'exposer leurs contenus
 - o Qu'ils soient déjà connus ou non, qu'ils soient associatifs, culturels, publics, de divertissement ou pratique...
 - o Tous ces services qui touchent une audience large ou très spécifique, méritent d'être accessibles au plus grand nombre, à partir du moment où ils respectent les règles qui protègent le public et la création audiovisuelle
- Montrer la faisabilité et l'intérêt d'un tel service

Un tel portail de services interactifs indépendants, accessibles depuis la TNT, n'avait jamais été testé en Europe, et le succès de notre projet a ainsi permis d'exposer la France dans la dynamique des développements de HbbTV.

Mes Services TV a également fait l'objet de démonstrations auprès du Ministère de la Culture, du Ministère de l'Industrie et du Ministère de la Recherche, qui y ont vu un grand intérêt pour exposer également des contenus institutionnels.

L'AFDESI et les Partenaires de Mes Services TV remercient encore le Conseil d'avoir permis à une telle initiative d'exister, et espèrent que ce projet pourra bientôt se développer sur l'ensemble du territoire, dans le cadre du plan de service de la TNT.

Préambule :

L'Association professionnelle pour le développement de la télévision interactive (AFDESI) a reçu une autorisation par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, pour expérimenter un portail de services interactifs accessible depuis la TNT sur l'émetteur de Auxerre Molesmes, opéré par TDF. Cette expérimentation a été autorisée jusqu'au 1^{er} décembre 2011, et a été prolongée jusqu'au 1^{er} mars 2012.

Baptisé MES SERVICES TV (MSTV), ce bouquet expérimental regroupe un ensemble de services conçus exclusivement pour la télévision et destinés à enrichir l'expérience du téléspectateur dans tous les domaines comme la citoyenneté, l'aide à la personne, l'information ou les loisirs.

L'AFDESI, à travers MSTV, a souhaité étudier la pertinence d'un tel concept, qu'elle définit comme un point d'entrée, central, neutre, ouvert et indépendant, permettant d'offrir aux téléspectateurs davantage de pluralisme, de diversité et de créativité et d'apporter aux éditeurs l'opportunité d'exposer davantage leurs services.

Le fonctionnement de Mes Services TV

Le portail MSTV est accessible depuis une boucle vidéo d'environ 3 minutes, (re)diffusée sur le canal 29 de la TNT. Cette boucle se compose :

- D'un écran vidéo principal qui reprend des images des services accessibles sur le portail broadband, et qui propose une présentation du service (mode d'emploi). La vidéo a été régulièrement rafraîchie pour tenir compte de la mise à disposition de nouveaux services au cours de l'expérimentation. Elle a pour objectif d'éduquer et d'informer l'ensemble des téléspectateurs, sur les fonctionnalités de la nouvelle solution HbbTV, en les incitant à s'équiper pour découvrir de nouveaux contenus sur la TNT.
- Un flux RSS « AlertInfo », édité par le GESTE (Groupement des Editeurs de Services en ligne), avec des informations du Figaro, Les Echos, L'Equipe et ZDNet. Ces informations étaient mises à jour seulement trois fois par jour (8H, 14H, 19H), pour des raisons logistiques – la « mise à l'antenne » n'étant pas encore à ce stade automatisée.
- D'informations sur la météo locale à Auxerre, et d'informations sur la viabilité hivernale (une préoccupation avancée par le Conseil Général, au vu des conditions routières et organisation des transports scolaires), mises à jour trois fois par jour pour les mêmes raisons que celles évoquées ci-dessus. Dans le cadre d'une autorisation pérenne, il serait possible de renforcer la diffusion de différentes informations civiques.

Sans avoir la profondeur d'une chaîne de télévision, le canal vidéo de Mes Services TV, se veut être une vitrine pour des informations pratiques, que même les téléspectateurs qui ne sont pas équipés d'un récepteur HbbTV peuvent consulter régulièrement sur le média télévision. Les contraintes de mises à jour des informations pourraient être facilement résolues dans le cadre d'un équipement Playbox par exemple, qui permettrait de proposer un habillage dynamique de la chaîne.

MES SERVICES TV

LA TV INTERACTIVE



Les téléspectateurs équipés d'un récepteur HbbTV visualisent au bout d'une dizaine de secondes (temps d'apparition paramétrable), un « pop-up » qui les invite à accéder aux services disponibles en mode connecté. Dans le cas où le récepteur HbbTV n'est pas connecté à l'internet, le téléspectateur voit apparaître un message l'invitant à se connecter. Ce message est diffusé dans l'application.



En pressant la touche « OK » sur sa télécommande, le téléspectateur accède donc au « portail Broadband ». Le téléspectateur arrive sur une page d'accueil, éditorialisée par MSTV, avec sur la gauche de l'écran un menu principal avec les différentes rubriques de services, et sur la droite la mise en avant d'un service.

MES SERVICES TV

LA TV INTERACTIVE



Le « télénavigateur » peut alors soit décider d'accéder directement au service qui lui est proposé, soit accéder à l'ensemble des services en sélectionnant « Tous », ou accéder aux services classés par thématique, en choisissant une catégorie.



Chaque service est répertorié dans une catégorie principale et deux catégories secondaires. L'éditeur est libre de choisir ses catégories de préférences, MSTV vérifiant toutefois la conformité avec son offre de service.

Le téléspectateur a lui la possibilité de marquer ses « favoris », qu'il peut retrouver dans une catégorie dédiée, afin de lui simplifier l'accès à ses services préférés.

Une fois que le téléspectateur a sélectionné un service, il y accède en pressant la touche « OK » de sa télécommande. Il navigue ensuite à son aise au sein du service. En pressant la touche « verte », il peut revenir à l'écran d'accueil du portail broadband. En pressant la touche « rouge », il revient sur le canal 29, et peut zapper pour passer sur une autre chaîne.

Deux fonctionnalités, uniques à l'expérimentation, ont été intégrées. Une fonction de personnalisation (« profiling »), par option d'adhésion (« Opt In »), en utilisant la touche « bleu », qui permet au téléspectateur de composer son portail, et une fonction de paiement avec la solution PayWizard. L'identification, préférences et obtention d'un code secret, se fait sur internet, une

bonne fois pour toute. Elle permet à chacun des membres d'un même foyer de s'identifier de façon individuelle.

Ces fonctions sont ouvertes aux Editeurs, qui peuvent donc bénéficier de l'enregistrement du spectateur sur le portail MSTV pour proposer leurs propres services personnalisés (ex : sauvegarde d'une partie de jeu en cours) ou payants (achat directement sur le téléviseur avec simplement la télécommande).

Aucune règle n'a été imposée aux développeurs/éditeurs de services, pour le développement de leur service, en dehors des recommandations techniques et déontologiques en annexe (Annexes 1 et 2).

Le service était d'abord intégré sur un portail dit d'intégration pour les tests d'ergonomie et de vérification du service. Une fois que les éléments de fond et de forme étaient tous testés par l'Editeur et validés par MSTV, le service était rendu disponible sur le portail public, dit de production, et rendu ainsi visible à tous. L'intérêt de cette organisation, est que, outre la validation des contenus, toutes les mises à jour, et modifications significatives se font sur le portail d'intégration, sans affecter la permanence de l'offre depuis le portail de production.

L'offre de Mes Services TV

L'offre de MSTV est aujourd'hui composée d'une quinzaine de services (Météonews, TV5 Monde, Cadre Emploi, Groupe Casino, La Chaîne Météo, GONG, LIFEStyle, Equidia, Eco TV (BNP Paribas), France 24, Altran, Mon Guide TV, T-Seniority, Infotrafic, un jeu de Sudoku, et un exemple de service de T-Commerce (commerce sur TV connectée)- Voir Annexe 3.

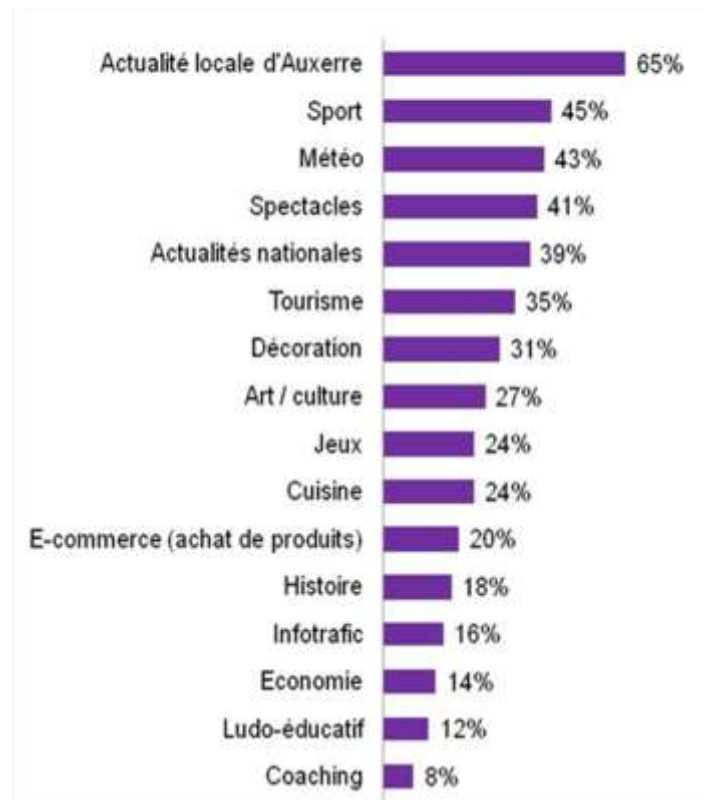
Certains éditeurs qui nous avaient exprimé leur soutien, n'ont pas pu livrer leur service à temps pour l'expérimentation, trop occupés par d'autres développements sur d'autres plateformes (smart phone, tablettes). Nous avons au cours de ce projet, contacté plus d'une centaine d'éditeurs qui nous ont tous exprimé (à l'exception d'un seul !), leur intérêt et leur soutien dans le cadre d'un lancement commercial, si le CSA envisage d'autoriser un portail de ce type, accessible depuis une chaîne nationale sur la TNT.

L'ouverture et le pragmatisme ont été privilégiés dans le cadre de l'expérimentation, et nous nous sommes surtout concentrés sur un échantillon de services qui pouvaient être prêts pour tester les fonctionnalités du portail. Nous aurions par exemple volontiers accueilli un service de jeux plus évolués pour étudier par exemple les limites du « gameplay » avec Visiware ou PlayJam, mais le carnet de commandes de ces deux sociétés était déjà complet. De la même façon, l'organisation des élections présidentielles ne nous a pas permis de tester un service citoyen particulièrement riche, tel que celui du Service d'Information du Gouvernement (SIG) qui s'était montré très intéressé par notre initiative.

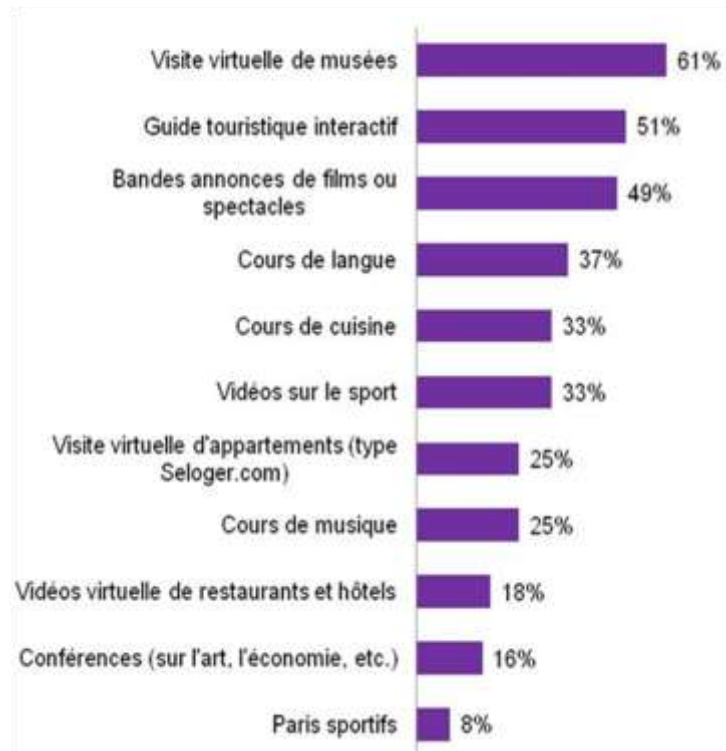
En raison de délais de livraison, et de contraintes budgétaires – rappelons que l'expérimentation a été financée sur des seuls fonds privés — et avec des développeurs préférant favoriser dans un premier temps des services connectés, il nous a été difficile de tester des applications HbbTV disponibles en mode diffusé également. Cette possibilité d'une diffusion de services interactifs visibles et accessibles à tous les téléspectateurs équipés HbbTV (qu'ils soient ou non connectés à internet) reste une option qui intéresse les éditeurs pour exposer le plus largement leurs services et ainsi accompagner les usagers dans leur appropriation des nouveaux modes de consommation des services interactifs de télévision.

Concernant les services proposés et ceux attendus, plusieurs thématiques ont été citées lors des tests réalisés durant l'expérimentation, que nous nous efforcerons de développer pour enrichir l'expérience des utilisateurs de la TNT en France.

Question - Voici différentes thématiques qui pourraient être disponibles sur Mes Services TV. Cochez celles qui vous attirent le plus:



Question - Voici différents types de contenus qui pourraient être disponibles sur Mes Services TV. Cochez celles qui vous attirent le plus:



L'expérimentation de Mes Services TV – retours d'usages -

Le portail Mes Services TV a fait l'objet de deux études de l'Institut Quali-Quanti :

- Une étude qualitative avec un panel d'utilisateurs, dans les conditions de diffusion du service à Auxerre ;
- Une enquête « quali/quantitatif » menée à Auxerre*.

* : Par rapport à des difficultés d'interopérabilité des services (voir suite), il ne nous a pas été possible de mettre en place un large panel utilisateurs (jusqu'à 200 utilisateurs) sur Auxerre.

Les deux études sont jointes à ce présent rapport. Nous retiendrons ici quelques principaux résultats.

Etude Qualitative – Janvier 2012

Le pré-test confirme un fort potentiel de « Mes Services Tv »



Un accès simple et immédiat aux contenus, qui lève la plupart des freins actuels évoqués à l'égard de la TV connectée :

- **Un système plug and play** offrant une très grande simplicité d'accès, à la portée de tous, sans aucun matériel supplémentaire nécessaire ni branchement compliqué. Ce système s'oppose à la complexité actuelle des modes de liaison TV / Internet réservés aux plus

technophiles (à l'exception de l'accès via le décodeur tv de la box, qui offre des fonctionnalités limitées) : boîtiers OTT (type Apple tv), connexion directe modem / tv, liaison PC / TV...

- **Un canal universel, le canal 29**, proposant un accès unique à un large bouquet de contenus et services, et qui s'oppose à la multiplicité des « portes d'entrée » possibles dans la TV connectée (liée à la bataille du contenu livrée entre les différents acteurs : constructeurs, FAI, éditeurs...), rendant aujourd'hui la navigation très complexe pour l'utilisateur.
- A l'usage, **un temps de réponse quasi immédiat**, contrairement à d'autres modes d'accès aux contenus sur la TV qui ont souvent un temps de latence ou de chargement.



Une navigation très intuitive et fluide qui exploite au mieux des usages télévisuels profondément ancrés chez les consommateurs :

- Le principe de **numérotation des applications tv** reprend le système traditionnel de navigation sur la TV, permettant de passer rapidement d'une chaîne à l'autre.
- Le système HBBTV réactualise et enrichit **la fonction télétexte**, autrefois très utilisée par certains consommateurs, qui rend accessibles, à portée de touche, des contenus complémentaires au contenu consommé.



Une dimension interactive « canalisée », qui correspond à une attente des consommateurs pour davantage de contrôle sur les contenus, tout en restant dans un cadre bien délimité, avec des offres « packagées » adapté à la logique de détente de la TV (le consommateur doit accéder très facilement au contenu recherché », sans avoir besoin de « fouiller » pour le trouver).



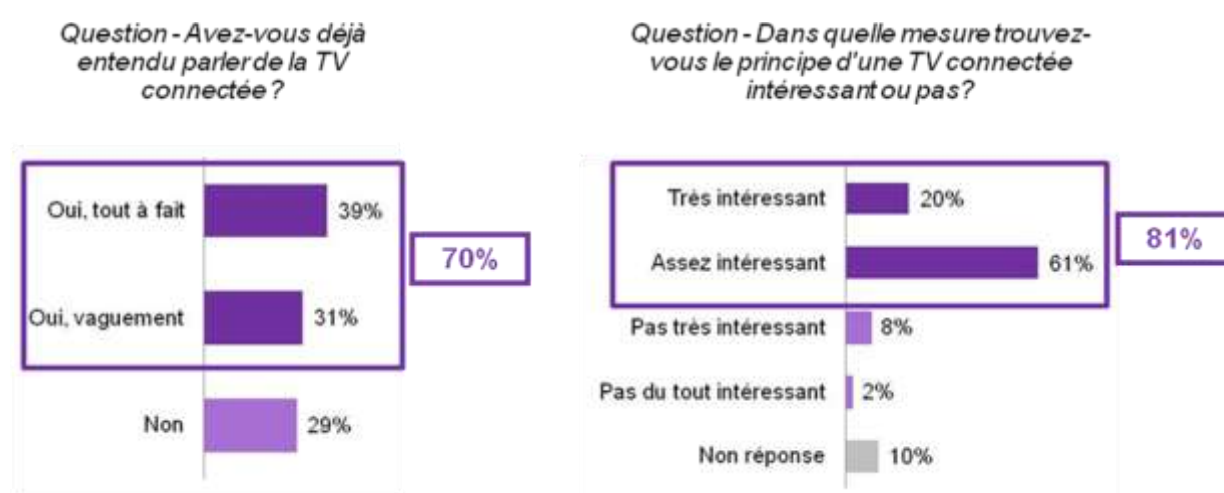
Une offre multithématique à très fort potentiel sur la TV délinéarisée, encore dominée par une offre très grand public (le replay et la VOD). De multiples opportunités sont offertes pour le développement de contenus :

- **Toutes sortes de thématiques pointues autour d'un centre d'intérêt** : un individu passionné éprouve un réel intérêt à retrouver à un endroit de sa TV un menu de vidéos délinéarisées, accessibles à tout moment (sports – et notamment les sports peu représentés sur les grandes chaînes, activités physiques et artistiques, loisirs créatifs, etc.)
- **Tous les contenus constitués de catalogues de vidéos** (de préférence assez courts) dans lesquels l'utilisateur peut circuler : catalogues de produits, bandes annonces de spectacles, témoignages, clips, etc.
- **Aussi bien les contenus adaptée à un usage individuel** (applications autour d'un centre d'intérêt personnel, e-learning) **que collectif / social** (jeux, pré-achat de courses alimentaires, choix de vacances, recherche d'appartement, etc.)

- **Des contenus pour tous les publics, même les moins technophiles** (enfants, personnes âgées, handicapées) en raison de l'interface de navigation particulièrement simple et intuitive (ludo-éducatif, contenus adaptés aux seniors, aux handicapés, etc.)
- **Des contenus issus de toutes sortes d'éditeurs**, en raison de la simplicité et de l'absence de caractère commercial du dispositif, qui rend le canal appropriable par tout type d'éditeur, aussi bien privé que public - avec, entre autres, la possibilité pour le portail de devenir un véritable canal d'expression libre pour tous les acteurs non commerciaux qui défendent une forme d'expression (communautés politiques, religieuses, homosexuels, féministes, etc.).

Etude Quali/Quanti – Février 2012 – questionnaire Auxerre

Une relative notoriété et un intérêt élevé pour la TV connectée

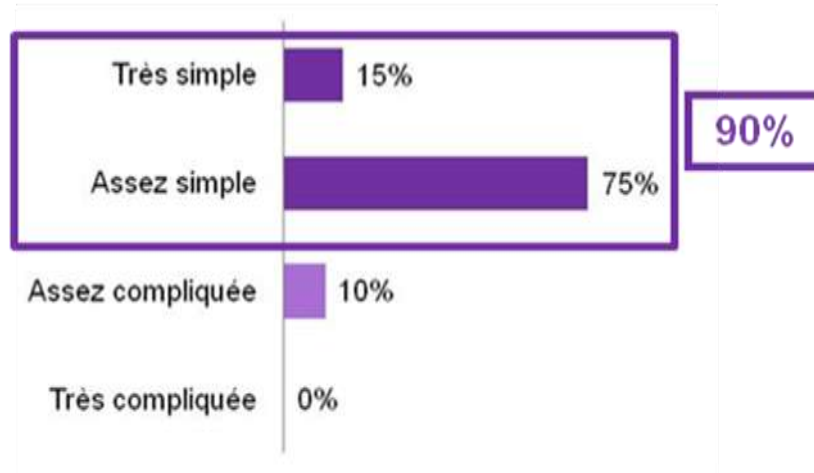


Un essor des usages délinéarisés



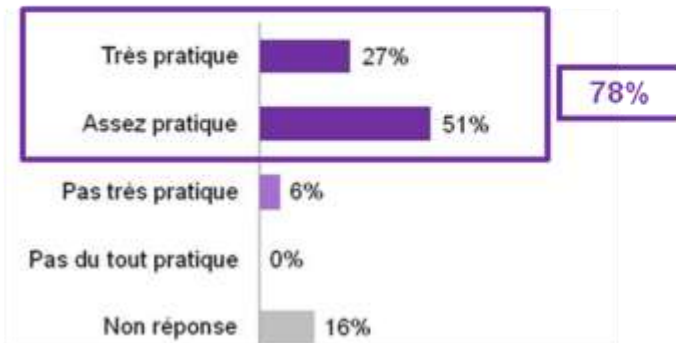
Une interactivité très simple

Question – Vous trouvez l'utilisation de Mes Services TV:



La numérotation des applications rappelle la navigation TV

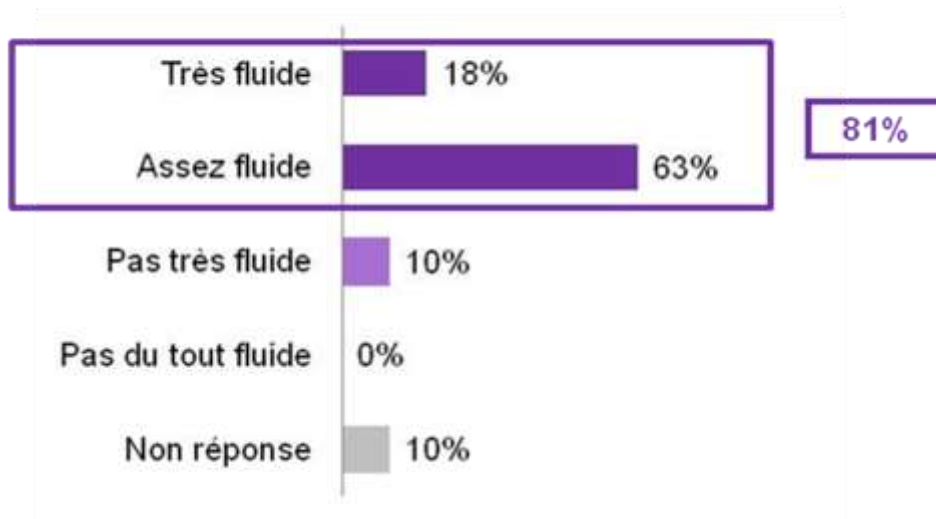
Question – La possibilité d'accéder aux applications en sélectionnant leur numéro directement sur la télécommande est:



« Utiliser des chiffres, c'est super pratique, ça va plus vite que de reprendre l'outil directionnel et choisir. »
 « Une fois qu'on aura l'habitude et qu'on sait où on veut aller, c'est plus rapide comme ça. »

Un temps de chargement quasi immédiat

Question - Vous avez trouvé la navigation sur cette application :



Enfin, nous noterons que le choix de diffuser un contenu vidéo accessible pour tous sur le canal alloué sur la TNT (chaîne 29), avec un minimum d'informations « rafraîchies » pour apporter une dynamique à la chaîne, a été plébiscité par plusieurs téléspectateurs (non équipés HbbTV) d'Auxerre. « La télévision étant généralement tout le temps allumée, on avait pris l'habitude de revenir sur la chaîne pour y trouver des informations comme la météo, le flux de news, les informations sur la viabilité hivernale. On savait qu'on trouverait là de façon simple et rapide l'information recherchée sans avoir à recourir à un autre média ».

Environnement et matériel de référence

Au niveau du dispositif technique :

- L'ergo design du service, la production TV et le rafraîchissement de la vidéo diffusée sont assurés par GONG.
- La réalisation de l'application HbbTV est assurée par HTTPV.
- La conception du portail broadband et l'intégration des services sont assurés par le Groupe Altran.
- L'acheminement de la boucle vidéo jusqu'au streamer HbbTV est assuré par MediaTVCom.
- TDF assure le transport et la diffusion du signal

Les problématiques de signalisation ont pu être résolues grâce à une modification de l'autorisation du Conseil en faveur d'une signalisation « vidéo avec data » (voir suite).

Coté matériel, contrairement aux développements réalisés pour les opérateurs de télévision payante, il n'existe pas d'environnement de référence pour le développement d'applications HbbTV sur la TNT. C'est une difficulté à laquelle nous avons été rapidement confrontés; par pragmatisme – il nous fallait des services pour commencer à expérimenter la diffusion et les usages- nous avons retenu le décodeur Humax (Boxer HD, avec un navigateur HbbTV Opera) comme environnement de référence. Humax a aussi été choisi par l'IRT, comme environnement de référence pour tester l'interopérabilité des services en Allemagne.

L'équipe de Mes Services TV a fourni un décodeur Humax au CSA pour pouvoir suivre l'expérimentation en cours à Auxerre. Le portail connecté y était accessible depuis le flux de diffusion d'Auxerre (via le « pop-up » d'invitation), et aussi directement depuis le décodeur, puisque Humax a créé un raccourci dans son menu pour un accès permanent au portail, facilitant ainsi les démonstrations.

Grâce au soutien de nos partenaires constructeurs, nous avons disposé dans le laboratoire d'Altran d'une dizaine de récepteurs HbbTV (Haier, Humax, Hyperpanel, Inverto, LG, Loewe, Philips, Samsung, Sony, TCL, Toshiba, Vestel) et avons travaillé en étroite relation avec les équipes techniques des fabricants pour améliorer l'interopérabilité des services. Hyperpanel qui nous a apporté son expertise technique, a également animé deux ateliers sur le sujet. Un Forum a été ouvert à l'ensemble des partenaires, pour échanger sur leur expérience. Enfin, pour la première fois, des développeurs français ont participé dans le cadre de Mes Services TV, aux ateliers de tests de l'IRT en Allemagne. L'expérimentation a donc tenu ses promesses pour avancer sur les problématiques d'interopérabilité. Mais les efforts, qui supposent aussi de mobiliser encore des moyens financiers, ne seront poursuivis que dans le cadre d'un lancement commercial des services HbbTV en France.

Rappel calendrier de l'expérimentation

- 28 juillet 2011 : Lancement pour une durée de 1 mois, d'un flux de test avec une signalisation « data avec de la vidéo »
- Aout : Des problèmes d'interprétation du signal ont été constatés sur un grand nombre de récepteurs. Il est apparu qu'une telle signalisation n'a pas été prise en compte par les fabricants, et en attendant de résoudre ce point, le CSA autorise un nouveau flux de avec une signalisation « vidéo avec data »
- 28 aout : Lancement pour un mois, de l'expérimentation du nouveau flux de test. L'ensemble des constructeurs a été sollicité, directement par MSTV et à travers leurs représentations professionnelles, Simavelec et Secimavi. Les retours ont été unanimement positifs.
- Aout : Intégration des premiers services, Météonews, TV5 Monde et GONG.
- Septembre : Démonstration de Mes Services TV à l'IFA et à l'IBC, sur les stands de Haier, Humax, Vestel, Hyperpanel et HTTV.
- Suite aux retours concluants sur le flux de test, le CSA autorise la mise en onde du service sur l'émetteur de Auxerre.
- 3 octobre : Démonstration de Mes Services TV au MipCom, sur le stand de France 24
- 12 octobre : Démonstration de Mes Services TV au 5+Forum à La Géode, sur le stand ALTRAN
- 17 octobre : Lancement d'un test « à blanc » par TDF sur Auxerre. Diffusion d'un écran annonçant l'expérimentation à l'ensemble des téléspectateurs de la TNT. Test de l'application et de l'accès aux services par TDF. Le dispositif a fonctionné au premier essai.
- 24 octobre : Diffusion de la vidéo du service et accès complet pour les téléspectateurs équipés HbbTV.
- 1 novembre : Communication par le Conseil Général, de l'expérimentation dans la lettre d'information mensuelle, « Au fil de l'Yonne. Information aux revendeurs, principalement les magasins Boulanger et Darty à Auxerre, sur les récepteurs HbbTV disponibles en rayon.
- Janvier 2012 : L'ensemble des 15 services est disponible sur le portail. Tests quali.
- Février : Tests « quali quanti » sur Auxerre, en partenariat avec Le Conseil Général de l'Yonne, l'Office du Tourisme et le Magasin Boulanger de la ville d'Auxerre.
- 1^{er} mars : Fin de la diffusion de l'expérimentation
- 29 et 30 mars : démonstration de Mes Services TV dans le cadre des conférences du MIPCube lors du MIP TV, à Cannes.



Les verrous constatés

L'approche HbbTV des éditeurs

Plusieurs présentations du projet ont été organisées auprès des éditeurs, avec notamment la collaboration du GESTE. Tous les éditeurs sont unanimement intéressés pour participer à une offre dans le cadre de Mes Services TV mais ils doivent aujourd'hui conjuguer leurs priorités par rapport à l'édition de services pour les Smart phones, les tablettes et aussi la télévision connectée pour laquelle ils sont directement sollicités par les constructeurs. Sur ce dernier point, le discours des constructeurs qui leur « offrent » le développement du service (et leur proposent parfois en plus une rémunération), peut paraître en contradiction avec le déploiement de HbbTV (que tous les constructeurs ont désormais implémenté). Adopter, dès le départ, un développement HbbTV permettrait aux éditeurs d'être directement disponibles sur l'ensemble des récepteurs. Certains l'ont bien compris. D'autres se laissent encore séduire par les « sirènes » des technologies propriétaires dans le sens où aujourd'hui, « ça ne leur coûte pas grand-chose » et ils peuvent être présents sur la télévision connectée. Les stratégies autour du déploiement de HbbTV ont encore besoin d'être digérées, et nous pensons que c'est seulement quand les chaînes de la TNT communiqueront sur leurs services (certains sont déjà diffusés), et la communication prochaine sur la TNT 2.0, que les autres éditeurs prendront conscience des véritables enjeux et intérêts pour eux de s'approprier une solution ouverte et interopérable, et de s'orienter vers le choix d'un service universel accessible depuis n'importe quel terminal.

La prise en main de HbbTV par les développeurs

Jusqu'à l'été dernier, peu de développeurs s'étaient essayés au développement d'application HbbTV. Le lancement du projet MSTV a permis de mobiliser, via l'AFDESI, la communauté des développeurs, et ils sont aujourd'hui une douzaine à travailler sur le développement de services. Le déploiement de HbbTV est une réelle opportunité de développement du marché de la télévision interactive, et les savoir-faire sont donc bien en train de se construire.

S'il existe une norme officielle et donc le même document de référence pour tous, on constate toutefois des approches différentes d'interprétation de la norme par les développeurs, dans la réalisation des services.

Témoignage d'acteur (La chaîne Météo) :

« Le cycle de développement de l'application est rapide, car les technologies employées sont celles du web, et sont donc connues et maîtrisées. Cela peut créer une confusion, car le média est bien différent du web, et il a ses propres règles d'ergonomie. La difficulté est donc de bien analyser en amont l'organisation de la donnée proposée, et le parcours utilisateur qui y mène (accès en un minimum de touches possibles, ou par favoris faciles à enregistrer).

Il faut rester vigilant sur le poids de l'application produite, car des temps de chargement trop longs pénalisent l'expérience utilisateur. La quantité de code "moteur" javascript doit également être bien dosée, car les boîtiers répondent plus lentement que les navigateurs web des ordinateurs.

Un apprentissage est nécessaire pour garantir l'interopérabilité de l'application, car les boîtiers réagissent différemment à un même code. On arrive au final sur des solutions de code simple (javascript avec un minimum de surcouche librairie). »

L'interopérabilité des services

C'est certainement aujourd'hui, et encore pour plusieurs mois, l'enjeu principal autour de HbbTV. Comme indiqué précédemment, HbbTV n'a pas prévu la rédaction d'un guide d'implémentation comme c'est souvent le cas. Et la mise en place de flux de tests pour la certification des terminaux prend du temps. La norme publiée à l'ETSI a donné lieu à des interprétations qui ont conduit à des problèmes d'interopérabilité. Un groupe de travail au sein du consortium HbbTV a été créé pour lever les ambiguïtés rédactionnelles. Les constructeurs travaillent tous les jours à améliorer les performances des récepteurs. Dans ce cadre également, l'expérimentation de Mes Services TV a tenu toutes ses promesses, puisque l'ensemble de nos partenaires constructeurs nous ont alimenté de mises à jour logicielles qui permettent de favoriser la performance du portail MSTV et de ses contenus. MSTV (via Altran) a déjà participé, avec succès, à trois workshops de l'IRT sur l'interopérabilité. Pour la première fois des développeurs français ont participé, via MSTV, aux workshops de l'IRT de novembre et février dernier. Rappelons qu'en Allemagne, l'IRT reste aujourd'hui le seul organisme qui travaille en étroite collaboration avec le Groupement HbbTV sur l'interopérabilité des récepteurs et des services, et l'Institut s'est réjoui de pouvoir disposer de services français, via MSTV, pour étendre la portée de ses tests et aider à l'installation du standard en France.

L'accès à l'HbbTV

La majorité des TV connectées vendues aujourd'hui sur le marché français supportent le standard HbbTV. Toutefois, beaucoup (trop) de constructeurs vendent leurs produits avec le service HbbTV désactivé par défaut, empêchant ainsi l'accès et le bon fonctionnement de MSTV ou de tous services de données HbbTV diffusés par les chaînes nationales.

Cette désactivation par défaut constitue une contrainte supplémentaire, et de taille, à l'accès aux services interactifs HbbTV et plus largement au développement des usages sur ce type de services. Le téléspectateur, moyennant quelques réglages dans les menus de configuration de son téléviseur peut toutefois activer lui-même les services HbbTV. Cette manipulation, peu naturelle pour un téléspectateur, peut être levée très facilement et directement par les constructeurs. Ces derniers (Sony et Samsung), à la demande des éditeurs et de la communauté HbbTV, ont d'ailleurs activé cette fonction par défaut sur leur gamme 2012. Le label TNT 2.0 doit par ailleurs rendre obligatoire cette activation par défaut.

Il est toutefois indispensable d'accompagner correctement les téléspectateurs d'ores et déjà équipés en matériel compatible, pour permettre l'usage de services HbbTV comme MSTV.

La signalisation du service

Tel que spécifié par le Conseil, nous avons débuté les tests de diffusion de Mes Services TV avec une signalisation type « data avec vidéo ». Toutefois il s'est avéré que bon nombre de matériels ne captaient pas ce signal car ils n'avaient pas été paramétrés pour ce type de dispositif. Aucun service n'est proposé de la sorte en Europe, et comme il a été commenté lors de la dernière réunion du GT1 de décembre 2011, sur le sujet, ce type de paramétrage devrait être pris en compte au niveau de la chaîne de fabrication des récepteurs. Si ces réglages sont seulement demandés par le marché français, les constructeurs ne sont pas prêts à faire un effort spécifique. (voir contribution de l'AFDESI sur « Services et profil de signalisation pour la diffusion de la TV numérique de terre, version 3.2 de juillet 2010 », en Annexe).

Si un portail de services indépendants sur le modèle de Mes Services TV doit exister sur le Canal 29, il ne semble pas y avoir pour le moment d'autre solution que de l'autoriser avec une signalisation type « vidéo avec data ». C'est aussi à priori une recommandation faite par TDF au Conseil, la problématique ayant déjà été exposé par le télédiffuseur au printemps 2011.

Éléments de recommandation

Les performances des applications

Les applications doivent être opérationnelles et performantes dès le premier jour de leur mise en ligne et ce, quel que soit le volume d'usage associé. En effet, l'utilisation des services au travers de la télévision implique un besoin d'instantanéité et de performance répondant aux exigences des téléspectateurs. La télévision « cela fonctionne tout de suite et tout le temps » et cet aspect est également valable pour les services qui y sont proposés.

Les applications HbbTV sont des vitrines des marques. Pour les téléspectateurs, leur affichage et leur utilisation doivent être aussi naturels et instantanés que de zapper d'une chaîne à une autre.

Pour répondre à ces pré-requis il convient de s'appuyer sur des technologies éprouvées, industrielles, performantes, ainsi que sur des infrastructures d'hébergement hautement disponibles, scalables et industrielles.

L'évolution éditoriale des applications

La télévision est le premier média de diffusion d'informations « fraîches » et « actualisées ». Le téléspectateur, lorsqu'il allume et regarde sa télévision s'attend à voir de l'actualité, des nouveautés, un contenu exclusif.

De la même manière, et pour répondre à cette exigence du téléspectateur, les applications interactives doivent proposer un contenu éditorial actualisé, mis à jour régulièrement. Une application qui proposerait systématiquement le même contenu n'aurait aucun intérêt en terme d'usage sur la télévision.

Pour répondre à cette exigence éditoriale, les éditeurs doivent pouvoir proposer du contenu actualisé, voire du contenu quasi-exclusif sur la télévision. Mais dans tous les cas, un contenu qui apportera de la valeur à l'utilisateur à chaque consultation.

Au-delà du « simple » contenu, cela nécessite pour l'éditeur de pouvoir utiliser des outils de production, de publication et de diffusion suffisamment industrialisés pour faciliter le travail des éditeurs (CMS, outils de publication et de post-production, etc.).

Sécurité des données

Parce qu'utilisant des technologies propres à l'internet, les services interactifs mis à disposition sur une chaîne comme MSTV sont assujettis aux mêmes risques de sécurité que les sites Internet (piratage, phishing, DDOS, etc.).

La qualité des informations distribuées sur la télévision via les services interactifs est d'autant plus importante qu'elles peuvent être consultées par n'importe quelle personne au sein du foyer (parents ET enfants). L'accès naturel à la télévision par les enfants oblige donc les éditeurs à apporter la plus grande vigilance et à renforcer les contrôles sur la qualité des informations diffusées via les services interactifs.

De la même manière, il oblige les développeurs à apporter et mettre en œuvre les principes et règles de sécurité informatique à l'état de l'art.

Protection des mineurs

Le CSA rappelle que : « La protection des enfants et des adolescents vis-à-vis des programmes des services de communication audiovisuelle susceptibles de nuire à leur épanouissement physique, mental et moral est l'une des missions que les articles 1^{er} et 15 de la loi relative à la liberté de la communication ont confié au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel ». La violence, l'érotisme, la pornographie présents dans certains programmes, ainsi que la pression publicitaire, font partie des préoccupations constantes du CSA dans ce domaine.

Nous considérons que ces principes s'appliquent également aux informations diffusés via les services interactifs. C'est pour répondre à ces pré-requis que des technologies simples comme le contrôle parental peuvent être utilisées pour garantir le contrôle d'accès aux services interactifs sensibles. C'est aussi ce que nous avons souhaité tester, et avons pu démontrer, avec la création de profil par utilisateur au sein d'un même foyer.

Evaluation des besoins en bande passante

Le Conseil a accordé à Mes Services TV une ressource dédiée de 20 millièmes, ce qui correspond à peu près à un débit de 500 kb/s sur GR1. Sur cette ressource, 300 kb/s sont utilisés par la vidéo, 92 kb/s par le son, et environ 100 kb/s pour lancer les applications HbbTV.

Les recherches de MediaTvCom pour optimiser le flux vidéo, ont démontré que la qualité des images proposées était acceptable avec un débit de 300 kb/s. Toutefois nous avons pu réaliser différents tests gradués, pour déterminer la capacité « idéale ». Il a ainsi pu être démontré qu'avec une bande passante de 500 kb/s (et pas davantage), le service vidéo pourrait être exposé de façon optimale.

De la même façon, et si ça n'a pas pu être testé en grandeur réelle (pour les problèmes de délais de développement évoqués et les coûts liés à ces développements supplémentaires), la diffusion de services interactifs non connectés (dans le cadre par exemple d'un mini portail d'informations avec des données et des images – type « super télétexte »), occuperait une bande passante de 200 à 300 kb/s. C'est actuellement la capacité utilisée par France Télévisions pour son service diffusé.

Le choix de proposer une vidéo relativement « riche », pour exposer les services à l'ensemble des téléspectateurs, nous paraît opportun dans une phase d'initialisation du marché avec des récepteurs HbbTV. Le premier contact avec ce type de services passera en effet par un travail éditorial important qui devra adresser l'ensemble du public, déjà équipé, ou pas encore.

La possibilité d'exposer des informations pratiques (météo) et civiques (par exemple viabilité hivernale sur Auxerre, ou Alerte-Enlèvement) localisées nous semble également un formidable levier pour inciter le téléspectateur à se connecter, et aussi « animer » le service. Enfin, le fait d'inscrire Mes Services TV dans la liste des programmes de la TNT permet à un tel service de faire partie intégrante de l'offre des chaînes gratuites, et de se démarquer des services seulement accessibles en mode connecté depuis le portail « constructeur », et que le téléspectateur n'utilisera pas forcément, ou au moins qu'il ne considérera sans doute pas comme une vraie offre de télévision. Ce choix s'est révélé positif dans le cadre de l'expérimentation d'Auxerre, puisque quelques personnes nous ont

indiqué revenir régulièrement sur la chaîne 29 pour avoir quelques informations pratiques, comme la météo et les informations sur l'état des routes proposées par le Conseil Général.

L'exposition dans l'univers de la TNT ne peut être que favorable à l'usage des services interactifs. Un portail de services comme Mes Services TV apporte une vraie valeur ajoutée, en complément de l'offre « classique », et est en ce sens, un vrai pas vers la télévision du futur.

Diffuser un tel service sur les ressources de la TNT, est une garantie de disponibilité du service pour diffuser un premier « niveau » d'applications pour les foyers qui ne seront pas connectés à l'internet (informations pratiques, civiques, aide à la personne...). A moyen ou long terme, quand le taux d'équipement en récepteurs HbbTV aura atteint son seuil et que les nouvelles générations de codeurs permettront de libérer de la ressource hertzienne, il sera possible de favoriser davantage d'interactivité diffusée. Cependant il nous semble que si l'on veut donner au téléspectateur l'impression de rester dans une « expérience de télévision », une composante vidéo animée sur l'écran d'accueil est absolument nécessaire. Les utilisateurs ont été unanimes sur les qualités premières de l'offre Mes Services TV : l'universalité, la fluidité, et la facilité d'accès aux contenus de Mes Services TV depuis le canal 29 de la TNT.

Nous avons également pu constater que l'accès au service depuis une ressource de la TNT, permet d'imposer aux éditeurs, certaines règles qui garantissent la qualité du service, et la présence d'un tel service depuis la TNT ne pourra que tirer les autres initiatives (qui pourraient venir de l'étranger) vers le haut. Un tel dispositif donne aussi au Conseil, un contrôle de facto de l'accès au portail en garantissant l'intégrité de l'offre de la TNT.

Enfin, nous avons pu déterminer que dans le cadre de la diffusion (en mode non connecté) d'un mini portail simple d'informations, le canal 29 pourrait agir comme une « soft law » et obliger les acteurs du marché (constructeurs, développeurs, éditeurs) à engager le pas vers de tels services universels. Certains portails de chaînes restent par exemple encore extrêmement « lourds » pour bien fonctionner sur des récepteurs de grande consommation, dont le coût n'excède pas 100 ou 200 Euros, et ont été développés pour privilégier l'accès depuis des terminaux plus haut de gamme.

Analyse des connexions au portail et aux services

Nous avons mis en place un éventail de moyens techniques pour suivre les connexions aux services. Le premier outil est Google Analytics, un outil standard du marché, qui nous permet de mesurer le nombre de visites et de visiteurs uniques (adresses IP différentes) sur notre portail. Nous mesurons alors le nombre de fois qu'une visite a lieu, par jour ou par période, l'origine de cette visite (pays, région), la plateforme technique utilisée et en particulier le navigateur web (Opera, Ant, Access...), et d'autres informations qui sont plus adaptées au web classique qu'à HbbTV mais qui sont toutefois intéressantes : temps passé sur le portail, origine de la connexion (directe ou via une redirection), etc.

MES SERVICES TV

LA TV INTERACTIVE



La particularité de la technologie HbbTV, qui ne sait pas ouvrir plusieurs fenêtres de navigation en même temps et qui ouvre et ferme donc à chaque fois le service en cours d'utilisation, fait qu'il a été indispensable pour disposer de données analytiques exploitables de développer un outil propriétaire, afin de suivre notamment le passage des utilisateurs du portail (qui est un service HbbTV en lui-même) vers chacun des services. Nous avons ainsi mis en place un outil partagé avec chacun des Editeurs de service qui permet de savoir à tout instant combien de visites et de visiteurs uniques ont été ou sont comptabilisées, et ce en temps réel, par tranche d'heure, par jour ou par mois.

Nous mesurons alors non plus le nombre de connexions internet sur le portail (comme dans Google Analytics), mais le nombre de fois que les utilisateurs ont accédé au portail ou aux services à l'intérieur du portail, après avoir appuyé sur la touche « OK » de leur télécommande.

[Retour Backoffice](#)

STATISTIQUES MSTV

Choisir un éditeur pour visualiser ses données de fréquentation du service : Granularité : Date début :

Date fin :



Ces données peuvent alors être exploitées pour permettre des comparaisons entre chaque service :

- Quel service est le plus regardé, dans l'absolu ou sur une période ?
- A quelle heure tel ou tel service est le plus regardé ?
- L'audience de tel ou tel service a-t-il évolué entre deux périodes de références ?
- Les visiteurs sont-ils plutôt des habitués ou des nouveaux visiteurs ?
- Etc.

Comparatif des fréquentations entre les différents services éditeurs:



Le fait que chaque Editeur dispose de ses propres données ainsi que d'une vision sur le total des visites sur le portail, permet à chacun d'analyser sa performance et d'adapter sa stratégie en fonction.

Les données consolidées sont, quant à elles, utilisées par l'équipe de gestion du portail afin de tirer les enseignements croisés de ces différentes stratégies mises en place, et de pouvoir ainsi "benchmarker" et conseiller collégialement les Editeurs et les partenaires développeurs sur les bonnes pratiques.

Modèle économique de la plateforme

Une massification des audiences est tout à fait possible dans le cadre de la diffusion d'un portail de services interactifs indépendants tel que Mes Services TV :

- Le canal 29 permet de générer des audiences sur le portail car il simplifie l'accès aux contenus
- Les usages du zapping vont permettre à la chaîne de se faire connaître rapidement et seront un fort levier pour inciter les téléspectateurs à s'équiper
- Le nombre de récepteurs HbbTV sur les prochaines années permet de concrètement envisager un nombre de foyers équipés forts
 - o 2012 : 2 millions (boitiers+ TV)
 - o 2013 : 4 millions
 - o 2014 : 7 millions

La TNT couvre 90% du territoire et 60% des foyers regardent la TV grâce à la TNT. Les acteurs de l'interactivité comme l'IPTV plafonnent à 30% avec une fragmentation des audiences par opérateur.

Mes Services TV crée un cercle vertueux : Le potentiel d'audience attire un nombre d'éditeurs important sur des thématiques et centres d'intérêts variés, qui va générer et pérenniser de l'audience sur le canal 29 ; l'audience à son tour générera des revenus publicitaires additionnels pour les éditeurs, et participera aux frais de fonctionnement du service.

L'intérêt économique des éditeurs est aussi dans le meilleur amortissement des investissements commandés par la convergence numérique. En effet, il ne suffit pas simplement de créer des contenus vidéos, il faut aussi créer des profils spécifiques et capter des audiences qui ne souhaitent pas forcément payer le contenu (vs abonnement ou achat au numéro dans le modèle économique de la presse classique).

Le projet MSTV permet aux éditeurs de développer un modèle mixte publicité et abonnement, grâce à un système de profil et plateforme unique de paiement, comme par exemple testé dans le cadre de l'expérimentation, avec la société PayWizard.

Aujourd'hui peu d'éditeurs sont capables de monétiser leur audience au regard des investissements à consentir sur la télévision connectée des constructeurs ou des FAI (coûts des plateformes, créations des contenus spécifiques, ...).

Mes Services TV leur assure :

- Une présence sur un service de la TNT, premier levier d'audience national
- Une plateforme technique homogène pour une simplification du développement et de la maintenance des applications
- Un marketing centré sur une offre de services claire, unique sur la TNT, et une éditorialisation de leurs contenus, en télévision diffusée comme sur le portail connecté
- La mutualisation de services comme la gestion sécurisée des profils, le paiement à l'acte ou à l'abonnement, la connexion aux régies publicitaires vidéos...

Un service tel que Mes Services TV est certainement capable d'intéresser plus d'une centaine de services, ce qui, dans le cadre d'un fonctionnement à coûts mutualisée, leur permet de réduire le coût d'accès à la TNT, et d'équilibrer facilement leur économie. Et pour le téléspectateur, cela veut dire une grande variété d'offres de complément à la TNT linéaire, en toute simplicité.

Témoignages de partenaires

GONG (Editeur)

« Le projet innovant qui consiste à porter une offre de plateforme non-proprétaire accessible via une des chaînes disponible sur la télévision va être un formidable accélérateur dans la vulgarisation de l'usage interactif des contenus. Un véritable "TV AppStore" dans le salon, au bout de la télécommande pour tous ! »

BNP Paribas (Editeur)

« La TNT est aujourd'hui installée dans tous les foyers équipés de téléviseurs. C'est le passage idéal pour initier les Français à la télé connectée et à ses nouveaux services. Grâce à la TNT le téléspectateur navigue sur un portail connecté avec la télécommande utilisée pour changer de chaîne. Cela est un plus par rapport aux télécommandes des téléviseurs, souvent délaissées au profit des télécommandes des box. »

AirWeb (Développeur)

« La démarche de MSTV contribue évidemment à évangéliser le marché et à nous ouvrir des opportunités de business. Il va de soi que si l'expérimentation se prolonge et s'élargit à l'ensemble

du territoire national, de plus en plus d'éditeurs verront un intérêt à leur présence sur les téléviseurs. Par ailleurs, ce type de démarche va contribuer à développer les usages de l'ITV auprès des téléspectateurs non abonnés aux offres triple play des opérateurs. Enfin, de plus en plus les éditeurs auront intérêt à s'orienter vers une norme standard, en l'occurrence le HbbTV, plutôt que de décliner leurs applications en autant de versions que de plateformes constructeurs (ou opérateurs). »

Loewe (Constructeur)

« Il nous apparaît essentiel de « normer » l'offre de contenus plutôt que de laisser chaque constructeur développer sa propre plateforme d'applications. La monétisation de ces applications par les fabricants de téléviseurs est de ce point de vue illusoire. Notre parti-pris est d'apporter à nos utilisateurs une pertinence en matière d'usage de leur téléviseur, et de démontrer que d'avoir un TV connecté est un vrai plus. De ce point de vue, l'approche de MSTV nous paraît aller dans le bon sens : une seule chaîne fournissant des contenus variés, sans contrainte technique. »

Atos Worldline (Développeur)

« MSTV permet d'enrichir la TV de services interactifs innovants proposés directement aux téléspectateurs.

Complément des services interactifs d'ores et déjà proposés par les chaînes de télévision, MSTV contribue au développement des nouveaux modes de consommation de la télévision.

Atos Worldline s'appuie sur ses expertises technologiques et métiers pour proposer ses solutions d'interactivité et de paiement électronique à l'ensemble des éditeurs de contenu et de services souhaitant être présent sur les TV connectées et sur le portail MSTV. »

T-Seniority (Editeur)

Issu d'un projet européen, T-Seniority est un service pour les personnes âgées. Dans le contexte de vieillissement de la population et devant les enjeux que représente la capacité pour chacun à accéder à des services en ligne (citoyenneté, santé, information, divertissement), de nombreuses initiatives sont lancées à destination des personnes âgées : services sur internet, sur tablettes, sur Smartphone. A chaque fois se pose la question de l'accès en masse au plus grand nombre de personnes âgées, à moindre coût pour ces dernières et avec le moins de prérequis en termes de compétences techniques. HbbTV, et singulièrement Mes Services TV, sont à nos yeux la meilleure réponse possible, la plus universelle et celle qui permettra d'atteindre la pérennité économique que les vecteurs actuels ne permettent pas d'obtenir

Perspectives

L'expérimentation de Mes Services TV, et les résultats très positifs du projet ont mobilisé de nombreux acteurs et en particulier plusieurs dizaines d'éditeurs qui n'attendent que la décision du Conseil pour permettre à un tel service d'exister dans le plan de service de la TNT en France.

En octobre 2009, les commentaires de l'AFDESI sur la « Consultation relative au déploiement des services relevant de l'article 30-5 de la loi du 30 septembre 1986, aux données associées aux services de la télévision numérique terrestre (TNT) et de la radio numérique de terre (RNT) ainsi qu'à la régulation des services de médias audiovisuels à la demande » préfiguraient déjà la volonté de l'Association de voir l'offre de la TNT, enrichie de nouveaux services indépendants.

Extraits :

« L'AFDESI se réjouit de la consultation publique lancée par le CSA relative au déploiement de services interactifs sur la télévision numérique terrestre (TNT).

Dans la continuité de la consultation sur les services interactifs sur la TMP, le texte de la consultation aborde l'ensemble des enjeux du développement de ce secteur sur la TNT. **L'AFDESI espère qu'un appel à candidature pour des services relevant de l'article 30-5 de la loi du 30 septembre 1986, sera rapidement publié pour enrichir l'offre de la TNT et favoriser de nouvelles créations.**

A ce titre, et en préambule, l'ADFESI souhaite que les éditeurs de services, indépendants, bénéficient du même statut que les éditeurs de services de télévision enrichie, et que leur rôle soit reconnu, comme celui des éditeurs de contenus (chaines). Les difficultés de la montée en charge de la TVI sur le câble et satellite, ont déjà fait disparaître de nombreux éditeurs indépendants français. Ceux qui ont pu maintenir une activité sont pourtant reconnus à travers le monde.

Aussi, l'AFDESI espère que les Pouvoirs Publics et le Conseil auront, pour le marché de la télévision interactive, une démarche similaire à celle qu'ils ont eu pour le secteur de l'audiovisuel traditionnel pour protéger et favoriser le développement de la production indépendante, Ne pas réserver une égalité de traitement entre les éditeurs de contenus interactifs indépendants, et les éditeurs de contenus enrichie (qui n'ont pas besoin d'un producteur mais d'un prestataire) reviendrait à voir disparaître les quelques éditeurs indépendants encore actifs, et les chaînes à filialiser cette production ou recourir à des prestataires étrangers.

[...]

D'une façon générale, la présence d'un portail de services interactifs autonomes sur la TNT, ou leur diffusion à travers un numéro de chaîne dédié, favoriserait la production indépendante et la créativité de l'offre.

Aucun acteur du marché ne s'était, opposé à voir émerger de nouveaux services indépendants sur la TNT en France, lors de la consultation publique. Au cours de l'expérimentation, nous avons travaillé dans une totale transparence vis-à-vis des acteurs de la TNT, qui ont été attentifs à notre démarche. Il a même été envisagé avec eux de créer une thématique « chaînes » dans le portail de Mes Services TV, qui pourrait donner un accès direct à leur service, en permettant de l'exposer encore davantage.

La possibilité de pouvoir s'appuyer sur un canal vidéo, nous paraît, comme évoqué, tout à fait pertinente. Nous devons prendre en compte que les téléspectateurs doivent être informés et incités à s'équiper en HbbTV. Pour cette raison, l'éditorialisation du service vidéo diffusé, devra être importante, pour agir comme un véritable outil de communication et de promotion de l'interactivité sur la TNT.

En plus de la vidéo d'information, un moyen également de favoriser les recherches sur l'interopérabilité des solutions techniques, pourrait être la diffusion d'un mini portail d'informations pratiques sur le canal 29. Selon les experts de l'AFDESI, avant le développement de la TNT 2.0, tous les récepteurs HbbTV pourraient interpréter un mini portail de services, même s'ils ne sont pas connectés, alors que l'ensemble des services des chaînes, de part leur complexité, n'est pas toujours reconnu sur tous les récepteurs « strictement HbbTV ».

Mes Services TV est un « service de télévision » d'un nouveau type, pour lequel il faudra certainement trouver une définition (« service de communication audiovisuelle autre que de radio ou

de télévision » ?). Toutefois au regard des enjeux évoqués (promotion HbbTV, enrichissement de l'offre de la TNT avec une offre française), un régime dérogatoire pour permettre de voir rapidement émerger un portail de services indépendants sur la TNT, et sous la tutelle du Conseil, trouverait certainement une justification auprès de l'ensemble des acteurs de l'audiovisuel.

EXPÉRIMENTATION "MES SERVICES TV"
CONVENTION DE PARTENARIAT "ÉDITEUR" – ANNEXE 1

SPECIFICATIONS TECHNIQUES

MSTV (Mes Services TV) respecte le standard HbbTV (Hybrid Broadcast-Broadband TV) pour rendre son service accessible aux téléspectateurs disposant d'un équipement compatible et d'une connexion internet haut-débit.

Le **Partenaire Editeur** de **MSTV** s'engage également à respecter ce standard pour la conception et le développement de chacun des services et de l'ensemble des contenus qui seraient rendus accessibles via le portail "Mes Services TV".

Le **Partenaire Editeur** pourra intégrer ou limiter des fonctionnalités spécifiques à certains terminaux dans son service mais devra s'assurer que celles-ci ne seront pas accessibles ou ne viendront pas perturber les autres équipements.

Le **Partenaire Editeur** de **MSTV** s'engage à tester le bon fonctionnement de chacun de ses services avant de le soumettre à MSTV pour intégration.

De plus le **Partenaire Editeur** s'engage auprès de **MSTV** à intégrer un accès de retour au portail "Mes Services TV" directement depuis son service.

L'ensemble de ces points ainsi que d'autres éléments de conception sont exposés ici. La responsabilité du **Partenaire Editeur** est de fournir un service conforme à ces spécifications, et de respecter les futures évolutions du présent document transmises par **MSTV** afin de garantir le bon fonctionnement de l'ensemble des services présentés par MSTV aux téléspectateurs, et le bon déroulement de l'expérimentation.

Les Spécifications Techniques et leurs mises à jour seront rendues accessibles au Partenaire Editeur via un accès privatif à un site web sécurisé. Il est de la responsabilité du **Partenaire Editeur** de s'assurer que son service répond bien aux exigences formulées et partagées par MSTV auprès de lui comme de l'ensemble des autres partenaires de l'expérimentation. En aucun cas MSTV ne pourra être tenu responsable des difficultés rencontrées par le **Partenaire Editeur** pour livrer ou mettre à jour son service. En s'associant au projet "Mes Services TV" le **Partenaire Editeur** reconnaît les risques et contraintes qu'implique sa participation à une expérimentation.

De son côté **MSTV** fera tout son possible pour partager au plus tôt les informations techniques nécessaires au bon développement des services par les **Partenaires Editeurs**, et à associer l'ensemble des partenaires aux décisions pouvant avoir un impact sur ces développements, que ce soit sous forme d'échanges de courriers électroniques ou à travers des réunions lorsque cela s'avèrera nécessaire.

Documents de référence :

Les services devront respecter la norme HbbTV publiée sous la référence ETSI TS 102 796 V1.1.1 (2010-06).

Le consortium HbbTV transmet périodiquement des compléments ou des corrections en fonction des retours observés sur le terrain. **MSTV** remontera vers les partenaires de l'expérimentation ces

éléments. Au jour de publication de ce document la dernière édition résumant les compléments/corrections est le « HbbTV-errata-1-draft-07 ».

MSTV suivra également les discussions en cours entre le HD Forum et le consortium HbbTV sur la prise en compte de demandes propres au marché français que le HD Forum souhaiterait voir remonter dans une version 1.5 de la norme HbbTV. **MSTV** informera régulièrement ses partenaires des positions et des décisions prises par le consortium HbbTV sur ce sujet.

I - Composants :

Pour développer un service HbbTV différents composants sont utilisés.

1- Langages :

Les services pourront utiliser les langages suivants :

- + XHTML
- + Javascript
- + CSS
- + AJAX

2 – KeyEvents :

Pour gérer les évènements liés à la télécommande de la télévision, on aura besoin d'utiliser les évènements Javascript KeyEvents.

3 – Fichiers multimédia :

On aura également à utiliser différents types de fichiers multimédia tels que les images, les vidéos et les sons (voir ci-après).

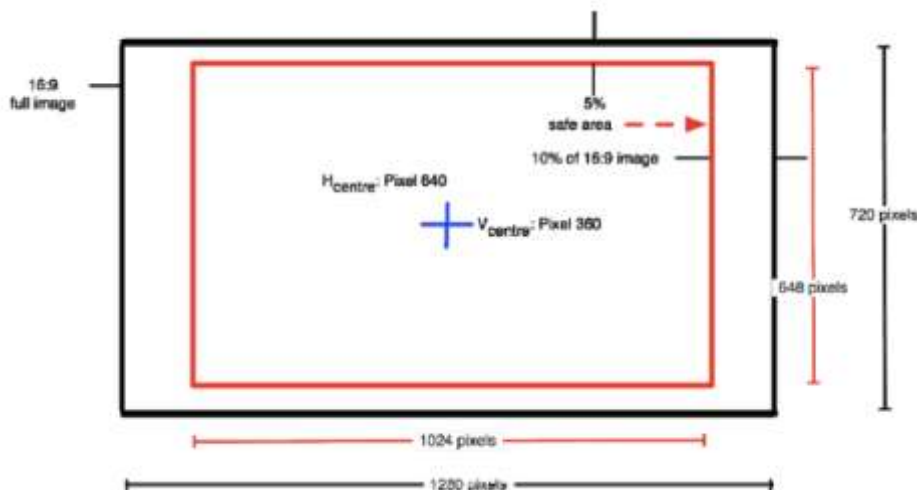
II - Boutons:

Ceci est la liste de tous les boutons de la télécommande gérables via les KeyEvents :

- ROUGE
- VERT
- JAUNE
- BLEU
- HAUT
- BAS
- GAUCHE
- DROITE
- ENTER ou OK
- BACK
- 0 – 9
- STOP
- PLAY
- PAUSE
- PLAY_PAUSE
- AVANCE RAPIDE
- REMBOBINAGE

III – Résolution de l'écran :

Les dimensions d'écran autorisées sont de 1280 * 720 pixels. Le service devra néanmoins placer les éléments les plus importants de l'interface dans une résolution de 1024 * 648 pixels (zone de sécurité)



IV – Formats Multimédia :

1 – Formats d'images :

Les formats d'images autorisés sont :

- + JPEG
- + GIF
- + PNG

2 – Formats des vidéos :

Les formats vidéo autorisés sont :

Format	Format vidéo	Format audio	MIME Type
TS	AVC_SD_25 AVC_HD_25	HEAAC E-AC3	video/mpeg
MP4	AVC_SD_25 AVC_HD_25	HEAAC E-AC3	video/mp4

3 – Formats des fichiers audio :

Les formats audio autorisés sont :

Format Audio	MIME Type
MPEG1_L3	audio/mpeg
L3 audio/mpeg HEAAC	audio/mp4

V – Scripts MSTV à intégrer dans le service :

Le Partenaire Editeur doit permettre aux téléspectateurs de revenir au portail "Mes Services TV". Pour cela le Partenaire Editeur intégrera un bandeau permanent de navigation standardisé "Mes Services TV", qu'il placera tout en bas de la zone d'affichage de son service, juste au-dessus de la zone de sécurité afin que celui-ci reste visible en permanence. Ce bandeau rappellera qu'à tout instant le téléspectateur peut revenir au portail "Mes Services TV" en appuyant sur le bouton jaune, et quitter le service interactif pour revenir sur la chaîne diffusée « Mes Services TV » en appuyant sur le bouton rouge de sa télécommande.

Si pour des raisons spécifiques au Partenaire Editeur celui-ci ne pouvait pas intégrer ce bandeau alors :

+ L'éditeur rajoutera à son menu un élément spécifique de retour au portail "Mes Services TV"

ou

+ L'éditeur ouvrira au lancement de son service un pop-up standardisé "Mes Services TV" indiquant au téléspectateur les mêmes informations que celles figurant dans le bandeau permanent (retours au portail par le bouton jaune et retour à la chaîne diffusée par le bouton rouge).

Ces éléments ne sont à intégrer que pour les téléspectateurs accédant au service à travers le portail « Mes Services TV ».

CHARTRE DE BONNE CONDUITE

MSTV (Mes Services TV) considère qu'il est nécessaire de construire une relation de confiance avec le téléspectateur. Afin de favoriser le développement sain, équitable et responsable, des services interactifs pour la télévision, l'Association propose une « Charte de Bonne Conduite pour l'édition de services » qui s'appliquera à l'ensemble des services interactifs ayant pour vocation principale d'être diffusé sur un écran de télévision (services de télévision enrichis, services de télévision autonomes, publicité interactive, call TV).

Le **Partenaire Editeur** de **MSTV** s'engage à respecter ce code de bonne conduite, ainsi que l'ensemble des réglementations prévues en France, pour les services de télévision interactive. En cas de non-respect de ces règles et après avoir été averti par le Conseil d'Administration de **MSTV**, conformément aux statuts de l'Association, le **Partenaire Editeur** encourt une radiation.

1 Définition d'un service ou programme interactif

MSTV entend par service ou programme de télévision interactive, un service ou un programme qui permet à un téléspectateur et à un contenu d'interagir sur un écran de télévision, que ce soit via la télécommande, le téléphone fixe ou portable, internet, ou toute interface communicante.

2 Loyauté

Le **Partenaire Editeur** s'engage à proposer et présenter son Service de manière loyale.

Le **Partenaire Editeur** doit tenir à disposition du public les éléments permettant son identification. Il s'engage à respecter les dispositions de la loi française en matière de protection et de rectification des données personnelles.

Le **Partenaire Editeur** met en place des conditions générales d'utilisation et de vente de ses Services et les rend facilement accessibles, ainsi qu'un service client susceptible de répondre aux éventuelles interrogations ou réclamations des Utilisateurs relatives à l'utilisation des Services.

Les Utilisateurs ne devront pas être induits en erreur sur le contenu et les possibilités du Service proposé par quelque moyen que ce soit.

Le **Partenaire Editeur** s'engage à informer sur son Service les Utilisateurs par tout procédé approprié, sur le prix de son Service de manière claire et non équivoque.

Tout acte d'achat réalisé sur un Service par un Utilisateur doit donner lieu à la fourniture effective du Service ou contenu associé au dit Utilisateur sans que ce dernier ne doive avoir recours à un renvoi vers un autre Service quel qu'il soit, sauf à des fins de paiement du Service.

3 Contenu du Service

Le **Partenaire Editeur** s'engage à ne pas diffuser à travers son service, de services de télévision au sens du 4ème alinéa de l'article 2 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée.

Le **Partenaire Editeur** s'engage à ne pas utiliser ou suggérer au sein de son Service la représentation d'activités contraires à l'ordre public.

En particulier, il s'engage à ne pas mettre à la disposition de l'ensemble du public :

- des messages à caractère violent ou pornographique, des messages susceptibles par leur nature de porter atteinte au respect de la personne humaine et de sa dignité, de l'égalité entre les femmes et les hommes et au respect des plus jeunes ;

- des messages encourageant la commission de crimes et/ou délits ou incitant à la consommation de substances interdites ou au suicide ;
- des messages incitant à la discrimination, à la haine ou à la violence.

Les Services destinés à la jeunesse doivent tout particulièrement ne comporter aucune rubrique, aucun message présentant sous un jour favorable des actes qualifiés de crimes ou délits. Ces Services ne doivent comporter aucun message incitant les enfants à consulter d'autres Services surtaxés et/ou les incitant à utiliser les Services concernés de manière excessive.

Le **Partenaire Editeur** s'engage à indiquer expressément que les mineurs ne doivent communiquer aucune coordonnée personnelle sans l'accord de leur représentant légal.

Le **Partenaire Editeur** s'engage à informer les mineurs que tout acte d'achat implique l'accord de leur représentant légal.

4 Les Services réservés aux adultes :

Le **Partenaire Editeur** qui propose des Services réservés aux adultes, doit s'assurer que ceux-ci ne sont proposés et accessibles que dans le cadre d'un système de contrôle de l'âge légal.

Le **Partenaire Editeur** ne devra pas faire de promotion pour ces Services qui seraient susceptibles d'inciter des mineurs à consulter lesdits Services.

5 Promotion des Services :

Le **Partenaire Editeur** s'interdit dans le cadre de ses actions de promotion d'associer son Service à d'autres Services pour lesquels les présentes règles déontologiques ne seraient pas respectées. Les messages d'autopromotion diffusés par le Service doivent être présentés comme tels.

Le **Partenaire Editeur** de Service s'engage dans tout support de promotion :

- à faire connaître explicitement le prix du Service pour l'Utilisateur, exprimé en Euros T.T.C, ainsi que le fait que ce prix n'inclut pas le transport par l'opérateur;
- à porter à la connaissance du public son identité de sorte que les Utilisateurs de son Service puissent faire valoir directement leurs droits auprès de lui en cas de réclamation ;

A ces fins, les informations ci-dessus doivent être claires et non équivoques, et selon le support utilisé, lisibles ou/et audibles.

6 Publicité et sponsoring

Le **Partenaire Editeur** qui propose des espaces publicitaires ou de parrainage au sein de son service s'engage sur les règles suivantes :

La publicité doit être conçue dans le respect des intérêts des consommateurs. Toute publicité comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur les consommateurs est interdite.

Le **Partenaire Editeur** s'engage à ce que la publicité qu'il propose ne porte pas un préjudice moral ou physique aux mineurs. A cette fin, la publicité ne doit pas :

- inciter directement les mineurs à l'achat d'un produit ou d'un service en exploitant leur inexpérience ou leur crédulité ;
- inciter directement les mineurs à persuader leurs parents ou des tiers d'acheter les produits ou les services concernés ;
- exploiter ou altérer la confiance particulière que les mineurs ont dans leurs parents, leurs enseignants ou d'autres personnes ;
- présenter sans motif des mineurs en situation dangereuse.

Le **Partenaire Editeur** s'engage à réaliser des actions de publicité dans le respect des règles du droit de la publicité et de la prospection, notamment celles relatives à certains produits tels que le tabac, l'alcool, les médicaments ou les armes.

Le **Partenaire Editeur** s'engage en particulier à suivre les recommandations de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) sur La Communication Publicitaire Digitale.

MES SERVICES TV

LA TV INTERACTIVE

Annexe 3 : Exemples de services

LIFESTYLE



Mémoires de vive et transformations spectaculaires. LIFESTYLE, c'est toute la vie et comment la vivre.

EQUIDIA



Equidia, un service dédié unifié avec au programme : sport, équestre, information, réservations et spectacles tout également l'info courses pour ne rien manquer de l'actualité équestre.

ALTRAN



Altran est un groupe international de conseil en innovation et ingénierie avancée, leader européen dans son domaine. Découvrez le Groupe, son activité, ses projets...

INFO TRAFIC



Retrouvez toute l'information trafic en temps réel pour l'Alsace et la région.

SUDOKU



Envie de remettre vos neurones ? Essayez notre Sudoku !

T-SENIOIRTY



Des services, des infos, des loisirs pour les seniors.

MES SERVICES TV

LA TV INTERACTIVE

METEONWSTV



MeteorNewsTV, c'est l'info météo en continu et à la carte. Retrouvez les prévisions météo de tous les coins de la France et à l'étranger, nos bulletins météo, nos webcams et plus d'autres infos !



ECO TV par BNP PARIBAS



Concepts, Conjoncture, Indicateurs, les économistes de BNP PARIBAS décryptent l'économie.



CASINO



Fait d'une relation de proximité géographique et relationnelle, Casino répond aux besoins de chacun via ses différents enseignes : Grand Casino, Casino supermarché, Petit Casino, et Colocoin.



FRANCE 24



Une nationale et internationale en continu sur France 24.



CADREMPLOI



CadremploiTV donne la parole à des experts professionnels, qui témoignent de leur savoir, de l'actualité sociale des entreprises ou encore des secrets de l'embauche.



TV5MONDE



TV5MONDE chaîne internationale de télévision francophone. Les émissions, les programmes, l'information en continu, la météo, la musique, les ressources pédagogiques, le guide des voyageurs et les cultures du monde.



MES SERVICES TV

LA TV INTERACTIVE

LA CHAÎNE MÉTÉO



La Chaîne météo, la meilleure info météo à portée de télécommande: 22 bulletins météo régionaux trois fois par jour, prévisions à 15 jours sur les 16 000 communes, cartes nationales et régionales, images satellites, radars de précipitations, cartes d'alertes.



GONG



Le service GONG pour les digital natives propose une sélection de programmes, magazines et bulletins météo disponibles sur la chaîne HD.



Annexe 4 : **Liste des éditeurs contactés par MSTV**

01 Net	Mc can Erickson
ALLO CINÉ	MC Donald
atelier des chefs	MEDIA PARTICIPATIONS / DARGAUD-DUPUIS
aufeminin.com	MEETIC
BAYARD KIDS	MINDSCAPE
BAYARD PRESSE	Mondadori
BEAUTE PRIVEE.COM	motors TV
BEINGENIOUS	MY STUDIO FACTORY
CHRONORESTO	Mymedia
coach club	Mypix.com
Coca cola	MYSKREEN
DAILYMOTION	MyZEEN.TV
DARTY	Office Tourisme France
Editions Lariviere	Omnicom media
ENTRECOM	Orange
Entrepaticulier.com	OUI FM
Euronews	PATHÉVIDÉO
EUROPA CORP	Performics
FACEBOOK	PIXMANIA
FAIRPLAY INTERACTIVE	prisma
FEVAD	PRODCIDIS
FFgolf	Red Bull
FFHandball	RENAULT
FFNatation	SIG
Fftennis	TAFFY KIDS
FNAC	TECHNOTREND
FOX Channels France	TELE MELODY
Fullsix	TURNER Broadcasting System France
GAUMONT ALPHANIM	U PRO
HIGHCO	UFC QUE CHOISIR
INA	UGC
LA FRANCAISE DES JEUX	UNIVERS CINÉ
LA POSTE	Universal Music
LE FIGARO	Vente privée
LE GUIDE DU ROUTARD	VIDEOFUTUR
LE MONDE INTERACTIF	VIGICORP
LE PARISIEN	VISIWARE - LE STUDIO
L'EQUIPE	VIVAKI
LES ECHOS	VIZEUM
Linkscommunication	WIDE
MA CHAINE ETUDIANTE	Xerfi
MA CHAINE SPORT	Yonne tourisme
	ZETURF



Commentaires de l'AFDESI sur le document
« SERVICES ET PROFIL DE SIGNALISATION POUR LA DIFFUSION DE LA TV
NUMERIQUE DE TERRE METROPOLITAINE ET ULTRAMARINE »,
version 3.2 de juillet 2010

Le document de référence est, selon les experts de l'AFDESI conforme à la norme HbbTV. Pour ce qui concerne les services interactifs, il suffirait juste de remplacer « MHP » par « HbbTV ».

Toutefois l'expérimentation en cours de Mes Services TV, un bouquet de services interactifs indépendant, accessible depuis un canal dédié, a démontré que la signalisation « data avec de la vidéo » ne fonctionnait pas. A notre connaissance tous les services interactifs HbbTV, actuellement diffusés en Europe, sont liés à une chaîne, et donc signalisés en tant que tel. C'est donc pour la première fois qu'un service tel que MSTV, unique en Europe car non adossé à une chaîne, a permis de mettre concrètement en lumière cette difficulté.

Signaliser un service interactif comme un service « data avec de la vidéo » n'est pas impossible si tous les constructeurs décident d'intégrer ce dispositif dans leurs récepteurs. Mais il faut pour cela modifier le mécanisme de zapping, ce qui peut-être particulièrement sensible. Tout aménagement pourrait en effet perturber l'ensemble du mécanisme, et prendre plusieurs mois pour régler les problèmes. Si deux grands constructeurs ont avancé cette préférence lors du dernier GT1, c'est parce qu'ils disposent certainement des équipes prêtes à travailler sur cet aspect rapidement. Mais ce n'est peut être pas le cas de tous les constructeurs, surtout les plus petits sur le marché des décodeurs, qui risquent se retrouver en difficulté.

Il faudra également évaluer comment un tel choix se traduira pour le téléspectateur. Il risque en effet ne pas « voir » le service, dans la liste des canaux, et donc d'ignorer le service interactif. Il faudra donc dans tous les cas, trouver un moyen de le lister en tant que « chaîne ».

Enfin, l'expérimentation de Mes Services TV et le lancement de leurs propres services interactifs par les chaînes, montrent actuellement des problèmes importants sur l'interopérabilité avec une signalisation vidéo ; et ces difficultés risquent de ne pas être résolues avant plusieurs mois. Ajouter un nouveau dispositif de signalisation risque de compliquer encore les choses, et de reculer l'adoption de HbbTV et des services interactifs dans les foyers.

D'un autre côté, sur le moyen terme, la signalisation de tels services en « data avec de la vidéo », pourrait avoir un sens, si les services interactifs ne sont pas exposés depuis une vidéo. TPS en son temps avait attribué des numéros uniques pour quelques services (comme par exemple la météo), ce qui permettait au téléspectateur d'accéder directement au service sans avoir à passer par un portail de services.

Des discussions ont été récemment initiées au sein du Groupement HbbTV, sur une signalisation « data », que l'AFDESI va suivre. Si une telle signalisation peut être rapidement mise en œuvre par

l'ensemble des constructeurs à un niveau, au moins, européen, avec des garanties de bon fonctionnement, le Conseil pourra s'appuyer sur cette position pour la rédaction de son propre document sur la signalisation.

En conclusion, et au vu des arguments ci-dessus, l'AFDESI recommande que la signalisation des services interactifs soit dans un premier temps, inscrite en « vidéo avec data », comme c'est actuellement le cas de la diffusion de l'expérimentation de Mes Services TV sur Auxerre.

Cette solution est la seule à être opérationnelle dans l'hypothèse où le Conseil souhaiterait autoriser des services interactifs sur la TNT. Elle est non perturbante en terme de plan de services, et n'amène pas encore une autre difficulté au déploiement des récepteurs HbbTV.

Par la suite, quand les récepteurs seront capables de reconnaître la signalisation « data avec de la vidéo », on pourra imaginer des services interactifs directement accessibles depuis un numéro de chaîne.

Au-delà de l'aspect technique se pose la question sur la volonté des pouvoirs publics de favoriser (ou pas) un déploiement rapide des services interactifs sur la TNT en France. Un compromis pourrait être qu'une signalisation « vidéo avec data » soit possible, pour les services interactifs, en attendant de valider le comportement des récepteurs sur une signalisation « data avec de la vidéo » qui sera adoptée par la suite.



Les commentaires de l'AFDESI sur la Consultation relative au déploiement des services relevant de l'article 30-5 de la loi du 30 septembre 1986, aux données associées aux services de la télévision numérique terrestre (TNT) et de la radio numérique de terre (RNT) ainsi qu'à la régulation des services de médias audiovisuels à la demande

L'AFDESI se réjouit de la consultation publique lancée par le CSA relative au déploiement de services interactifs sur la télévision numérique terrestre (TNT).

Dans la continuité de la consultation sur les services interactifs sur la TNT, le texte de la consultation aborde l'ensemble des enjeux du développement de ce secteur sur la TNT. L'AFDESI espère qu'un appel à candidature pour des services relevant de l'article 30-5 de la loi du 30 septembre 1986, sera rapidement publié pour enrichir l'offre de la TNT et favoriser de nouvelles créations.

Devant une évidence économique, et une évolution de la consommation des programmes : – ultra fragmentation de l'audience, dé-linéarisation, consommation des programmes via tous les réseaux, communautés etc. -, l'ensemble des acteurs de l'audiovisuel a souligné, lors des Assises Européennes de la Télévision Interactive à l'Assemblée Nationale au mois de juillet dernier, l'importance de l'interactivité, et l'intérêt de favoriser son développement. (compte rendu des Assises Européennes de la Télévision Interactive disponibles sur www.afdesi.org).

Le consensus qui s'est déterminé au mois de juillet 2008 autour d'une solution unique pour l'interactivité sur la TNT, basé sur le html a donné le coup d'envoi de ses réflexions. L'initiative HbbTV, qui a été développée dans une perspective européenne sous le nom HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV), continue de recevoir une large adhésion des plus grandes chaînes du Continent.

Rappelons que la France est le berceau de la télévision interactive, et les deux principaux middlewares, MediaHighway et OpenTV, qui équipent des centaines de millions de décodeurs à travers le Monde, sont nés en France. Pour différentes difficultés d'organisation, la France a perdu son leadership face au Royaume-Uni sur le marché de la télévision interactive. Avec HbbTV, et surtout le lancement rapide d'une large offre de services, l'interactivité peut permettre à notre pays de revenir en leader sur un marché de l'audiovisuel - au sens large - généralement dominé par les anglo-saxons. Favoriser et accompagner cette industrie est ainsi un moyen de favoriser la compétitivité de notre industrie audiovisuelle toute entière.

A ce titre, et en préambule, l'ADFESI souhaite que les éditeurs de services, indépendants, bénéficient du même statut que les éditeurs de services de télévision enrichie, et que leur rôle soit reconnu, comme celui des éditeurs de contenus (chaines). Les difficultés de la montée en charge de la TVI sur le câble et satellite, ont déjà fait disparaître de nombreux

éditeurs indépendants français. Ceux qui ont pu maintenir une activité sont pourtant reconnus à travers le monde.

Aussi, l'AFDESI espère que les Pouvoirs Publics et le Conseil auront, pour le marché de la télévision interactive, une démarche similaire à celle qu'ils ont eu pour le secteur de l'audiovisuel traditionnel pour protéger et favoriser le développement de la production indépendante. Ne pas réserver une égalité de traitement entre les éditeurs de contenus interactifs indépendants, et les éditeurs de contenus enrichie (qui n'ont pas besoin d'un producteur mais d'un prestataire) reviendrait à voir disparaître les quelques éditeurs indépendants encore actifs, et les chaînes à filialiser cette production ou recourir à des prestataires étrangers.

La solution de plateforme interactive HbbTV, va sceller la véritable convergence des réseaux de télévision et de communication avec des problématiques en terme de réglementation des services qui ne manqueront pas de se poser. Sur ce point, l'AFDESI souhaite que le Conseil soit attentif à l'homothétie des réglementations en matière de programmes audiovisuels en application de la convergence tant des contenus élaborés que des plateformes de diffusion.

Enfin, l'AFDESI adhère au souhait des chaînes de contrôler l'accès aux services interactifs, depuis leur antenne. Toutefois comme c'est déjà le cas pour le câble, le satellite ou l'IPTV, il est important que ce rôle « d'opérateur » ne favorise pas de distorsion pour l'économie des services. L'AFDESI souhaite que le Conseil veille à favoriser des relations équitables entre les partenaires.

D'une façon générale, la présence d'un portail de services interactifs autonomes sur la TNT, ou leur diffusion à travers un numéro de chaîne dédié, favoriserait la production indépendante et la créativité de l'offre.

Question n°1

- Quelles sont vos observations sur les critères permettant de distinguer les données associées des services de communication audiovisuelle autres que de radio et de télévision ?
- Estimez-vous que les données associées doivent être présentées dans les mêmes conditions que le programme principal (crypté ou en clair) ?

L'AFDESI a déjà alerté le Conseil sur la nécessité de mettre en place un environnement réglementaire pour encadrer, à travers des règles claires, le développement économique des services interactifs.

L'analyse du Conseil publiée dans la consultation nous semble tout à fait pertinente, et elle pose la question du lien que les données associées doivent avoir avec le programme de télévision. La révision, ou la précision de la « recommandation 2002 » pourrait permettre une approche plus souple du critère éditorial et favoriser la capacité d'innovation des éditeurs de services de télévision.

Des discussions que nous avons pu avoir avec la Direction juridique du Conseil sur cette recommandation, « nous avons bien noté que la mention "**leurs** services" dans le paragraphe suivant : *"En premier lieu, le Conseil rappelle qu'il n'a pas d'objection à ce que les services de télévision fassent référence hors écrans publicitaires, de façon ponctuelle et discrète, à **leurs** services (...)"* ne signifie par que les services de télévision ne peuvent faire référence qu'à **leurs** services ; en effet, ces services de télévision peuvent également faire

référence à des services de sociétés tierces, sous réserve bien sûr que les autres conditions mentionnées dans la recommandation du 5 mars 2002 soient respectées.

Par ailleurs, nous avons bien noté que, dans la phrase qui mentionne : *"Sont considérés comme un prolongement du programme les services en rapport direct avec l'émission qui y renvoie, et **qui ne sont pas concurrents de services de même nature** proposés pas des sociétés tierces."*, la condition selon laquelle ces services ne doivent pas être "concurrents de services de même nature" n'est pas une condition pertinente, et peut en conséquence ne pas être respectée (cette condition devrait d'ailleurs prochainement disparaître).

Enfin, nous avons noté que le dernier paragraphe de la recommandation, selon lequel : *"(...) le Conseil considère qu'il doit être offert aux téléspectateurs la possibilité de se manifester par d'autres voies, moins onéreuses que les services téléphoniques surtaxés et les services télématiques. Ils doivent en, l'occurrence être en mesure, chaque fois que cela est réalisable, d'intervenir par l'intermédiaire d'une connexion à l'Internet ne faisant pas l'objet d'une facturation spécifique ou sur papier libre"* constitue une simple recommandation et non une réelle obligation. ».

L'AFDESI souhaite que ces éléments puissent être utilement validés dans le cadre d'une révision de la Recommandation 2002, qui rendrait davantage flexible le renvoi à des données associées.

Question n°5

Quels sont vos commentaires sur les éventuelles difficultés d'application des critères permettant de déterminer si un SMAd est soumis à la régulation du Conseil ?

L'AFDESI considère que le portail d'un service de SMAd est un service interactif.

La solution hybride, HbbTV, recommandée par les acteurs français, va favoriser la convergence des réseaux. Certains services Smad, exclusivement diffusés par voie IP pourraient donc ne pas être contrôlés par le Conseil. Il pourrait en être de même pour d'autres services interactifs autonomes.

L'AFDESI considère qu'un programme ou un service interactif (au sens large du terme) dont l'objectif principal est d'être diffusé sur un écran de télévision, devrait pouvoir être regardé par le CSA dans l'hypothèse où il peut rentrer en concurrence avec d'autres programmes ou services diffusés qui relèvent du Conseil. Cette « tutelle » semble déjà avoir été « adoptée » par plusieurs services de FAI, qui ont adapté leur offre, et leur approche de la réglementation, pour être diffusés sur un écran de télévision (cf Daily Motion, « My personal TV » de Free par exemple). Une homogénéisation de la réglementation pour les services dont l'objectif principal est d'être diffusé sur un écran de télévision est nécessaire pour ne pas créer de distorsion de concurrence.

Question n°6

Quelles sont vos observations sur le régime décrit ci-dessus ? En particulier, estimez-vous pertinent l'absence d'auditions publiques ?

L'appel à candidatures, sans audition publique, nous semble être une démarche appropriée pour garantir un principe d'égalité d'accès à la ressource radioélectrique, sans alourdir le processus avec l'organisation d'auditions publiques.

L'AFDESI encourage le Conseil à publier un appel à candidatures sur la base de l'article 30-5 de la loi du 30 septembre 1986 pour les services de communication audiovisuelle autres que

de radio et de télévision, afin d'enrichir rapidement l'offre de la TNT en France. Selon le calendrier de déploiement des services présenté au GT1, la solution technique HbbTV pourra être disponible sur les terminaux dès 2010, et plusieurs acteurs ont déjà montré leur envie de diffuser des services.

Question n°7

Quelle durée d'autorisation paraît raisonnable à une bonne exploitation des services de communication audiovisuelle autres que de radio ou de télévision ainsi qu'aux SMAd ? Vous pouvez détailler plusieurs hypothèses selon la nature du service ou le modèle économique envisagé.

La « durée de vie » d'un service interactif est extrêmement variable, selon qu'il s'agit d'un service qui enrichit les programmes d'une chaîne - type service d'information magazine – cf Eurosport, qu'il peut avoir une économie propre –cf Playin TV, service de Paris du PMU, ou qu'il s'agit d'un service « événementiels », de promotion ou publicitaires.

D'une façon générale, une autorisation suffisamment longue permettrait au distributeur de construire une offre sur la durée. Etant donné la rareté de la ressource sur la TNT, et comme cela avait été évoqué pour la TMP, pour ne pas limiter le nombre de nouveaux entrants, la durée d'autorisation pourrait être aussi liée à des indicateurs de performance et pourrait être de l'ordre de 18 mois, avec reconduction automatique pour une nouvelle période de 3 ans.

Question n°9

Quel doit être, selon vous, le mode d'apparition à l'écran des données associées : doivent-elles s'afficher uniquement à la demande du téléspectateur ou peuvent-elles également apparaître sur l'écran de télévision du seul fait de l'éditeur ?

Seule l'exposition des services pourra favoriser et démocratiser leur usage. Ces apparitions doivent être encouragées plutôt que limitées.

D'une part, comme le recommande le HD Forum, il semble naturel que l'apparition de pop up puisse être maîtrisée par la chaîne ou le programme depuis lesquels ils « s'affichent ». D'autre part, dans le sens où l'accès à des services autonomes serait seulement disponible depuis une chaîne, il apparaît que l'éditeur devrait pouvoir lui-même, convenir, de façon acceptable, la fréquence d'apparition du pop-up.

Question n°10

Estimez-vous opportun que le Conseil détermine une période d'observation afin d'évaluer les débits nécessaires à la diffusion de données associées en TNT et en RNT ?

Pour leurs services associés, dans leur gabarit, les chaînes devraient avoir naturellement la maîtrise pour évaluer les débits nécessaires à la diffusion des services associés.

Pour ce qui est des autres services, qui utiliseraient une ressource supplémentaire, une période d'observation de deux ans (avant le passage au tout numérique) paraît souhaitable dans une phase « expérimentale ». C'est dans tous les cas la pertinence de l'offre qui doit être associée au débit, et non le contraire.

Question n°15

- Ces constats appellent-ils des observations de votre part ?
- Selon vous, des problèmes de protection de l'enfance et de déontologie pourraient-ils se poser sur de tels services comme, par exemple, des guides électroniques de programmes ? Dans un tel cas, avez-vous des suggestions à formuler ?

L'AFDESI recommande que les principes de protection de l'enfance et les grands principes déontologiques (dignité humaine, ordre public, lutte contre les discriminations) soient également applicables aux services de communication audiovisuelle et donc aux services de communication audiovisuelle autres que de radio ou de télévision qui ne sont pas, pour autant, des SMAd.

Pour ce qui concerne l'exposition/l'offre de programme de Catégorie V sur les guides de programmes électronique, elle devrait être cryptée et verrouillée par un code parental. Les FAI ont d'ailleurs déjà fait preuve d'efforts dans ce domaine, et ont adopté dans la plupart des cas, l'autocensure.

Question n° 16

- Les mesures techniques de blocage des programmes mises en place pour les services de télévision vous semblent-elles transposables aux applications interactives diffusées en mode connecté ou non connecté ?
- Qu'en est-il de ces applications en radio numérique ?

Sur le câble, le satellite et les réseaux ADSL TV, les éditeurs ou opérateurs de services interactifs autonomes, « de charme » par exemple, ont déjà montré que des techniques de blocages, par code parental, pouvaient être mises en œuvre pour des programmes « sensibles » pour les jeunes publics. Ces opérateurs ont adopté une attitude d'autocensure, pour rendre seulement accessibles ces programmes, dans le respect de la réglementation des services de télévision (une image fixe avec logo dans la mosaïque, un accès par code parental, une diffusion après 23h...).

Avec la nouvelle solution hybride sur la TNT, 3 cas de figure sont possibles :

- L'accès à un service « sensible » via une chaîne de télévision : Il est possible de « catégoriser » le service de données associés, ou autonomes, en relation avec la catégorie du programme, depuis lequel il est accessible ;
- L'accès à un service « sensible », via un portail de services ou un SMAd : A partir du moment où le service a pour objectif principal d'être diffusé sur un écran de télévision, il devrait pouvoir être contrôlé par le CSA, afin que son « exposition/disponibilité » respecte des plages horaires de diffusion/transmission pour préserver les mineurs.
- L'accès à un service « sensible » via un navigateur « ouvert », depuis un récepteur : L'AFDESI recommande que cette fonctionnalité puisse être protégée par un code parental, voire qu'elle puisse être complètement désactivée par le propriétaire du récepteur.

Question n°17

Les acteurs ont-ils des remarques à formuler sur le schéma présentant les principaux flux financiers ?

Comme l'indique le HD Forum, les fabricants de téléviseurs ou de terminaux de réception remplissent également le rôle d'agrégateur/distributeur de services en ligne.

L'AFDESI adhère au nouveau schéma proposé.

Question n°18

Les acteurs sont invités à indiquer le rôle de chacun de ces acteurs dans le développement et le modèle économique des SMAd et des autres applications interactives. Quels sont les revenus envisagés ?

En 2007, l'AFDESI avait estimé à 240 M€ les flux financiers des SMAd et services interactifs qui transitaient par les décodeurs (jeux, paris hippiques, Nvod, Call TV...) sur la base des 4,5 millions d'abonnés aux services de télévision numérique en France.

Au-delà des revenus directs, l'étude mentionnait également les revenus indirects favorisés par l'interactivité comme la fidélisation de l'audience, la gestion de la relation avec le téléspectateur...

Avec la TNT qui continue de prouver qu'elle devrait être le réseau numérique le plus populaire, et suivant le développement anticipé de l'interactivité sur ce réseau – avec près de 24 millions de foyers TNT prévus en 2012 en France (source Screen Digest), il est fort probable que les services interactifs (au sens large) généreront rapidement plusieurs centaines de millions d'euros de revenus complémentaires pour le secteur de l'audiovisuel. C'est aussi une chance de redonner une dynamique à des entreprises françaises reconnues sur le marché international, et relancer l'activité des éditeurs de services interactifs. Leurs vraies richesses devraient cependant moins provenir des activités de prestations, mais des activités d'éditeurs indépendants qui pourront leur être offertes.

L'AFDESI rappelle encore ici son souhait de voir également favorisé un marché pour les producteurs/éditeurs de services interactifs indépendants des chaînes. Un certain nombre de mesures pourraient être mises en place pour favoriser cette industrie, comme par exemple l'ouverture du COSIP aux œuvres destinées aux nouveaux médias, la prise en compte des investissements dans les nouveaux médias dans l'enveloppe des obligations d'investissements dans la production... Autant de dispositifs (encore à préciser avec l'ensemble des acteurs) qui permettraient d'intégrer réellement les nouveaux médias dans une nouvelle organisation de l'industrie audiovisuelle.

Questions n°20

- Quelle modalité de financement semble la plus pertinente s'agissant, d'une part, des services autres que de radio ou de télévision et SMAd ainsi que, d'autre part, des données associées ?

- Quel chiffre d'affaires supplémentaire l'introduction de tels services entraînerait-elle ? Ce chiffre d'affaires serait-il modifié dans l'hypothèse où de nombreux boîtiers ou téléviseurs seraient connectés à internet ?

Dans le cas d'un distributeur jouant le rôle d'intermédiaire entre les éditeurs de services et les téléspectateurs, selon quelles modalités pourrait s'effectuer le partage de valeur entre les parties prenantes ?

Enfin, les acteurs sont invités à communiquer au Conseil toutes estimations des chiffres d'affaires générés par ces nouvelles activités.

Les deux modèles économiques qui ont déjà fait leur preuve sur le marché de la télévision interactive sont :

- Le pay per play ou le pay per use (par exemple des jeux, des informations météo, des services d'astrologie....)
- L'abonnement (par exemple pour des services de jeux comme Playin TV).

La publicité et le parrainage constituent d'autres sources de revenus, mais leur développement repose sur un nombre significatif d'utilisateurs, donc dépend du niveau d'équipement des réseaux pour l'interactivité.

Les services de données associés sont généralement financés par la chaîne qui les diffuse, et peuvent également faire appel à des financements publicitaires ou du sponsoring.

L'intérêt d'une solution interactive hybride pour les services interactifs sur la TNT permet entre autre de résoudre les problèmes de coût de la bande passante sur les réseaux hertziens. Pour les éditeurs de services interactifs, les coûts de diffusion de la TNT restaient prohibitifs au regard du potentiel de recettes, surtout sur un parc non encore initialisé avec une solution interactive.

Un écosystème reste encore à construire pour permettre aux éditeurs de services interactifs d'accéder à la TNT. L'option la plus probable est que dans un premier temps, des services existent depuis l'antenne des chaînes elles-mêmes. Toutefois un portail de services interactifs autonomes, lié ou non à un guide de programme par exemple, pourrait permettre de diffuser plusieurs dizaines de services indépendants dans un mode connecté, et générer des revenus additionnels, tout en consommant peu de ressource hertzienne. Les modalités de partage de valeur entre l'opérateur de ce portail et les éditeurs seront alors à étudier suivant une politique de tarif, transparente, comme c'est par exemple le cas au Royaume-Uni.

Questions n°21

- **Quels sont vos commentaires sur cette définition de l'interactivité. Dans quel cadre la publicité interactive serait-elle mise en oeuvre (spot publicitaire « cliquable » au sein d'un écran publicitaire diffusé par une chaîne, espace publicitaire sur l'interface d'un SMAd ou d'un portail de service de communication audiovisuelle...) ?**
- **Quel modèle et quelles relations entre les différentes parties prenantes seraient les plus vraisemblables ? Quel serait l'intérêt, pour les éditeurs de services de télévision, de SMAd, les distributeurs et les utilisateurs, de la publicité interactive ? Quelles dispositions relatives à la protection et la bonne information des téléspectateurs vous sembleraient nécessaires ?**
- **Enfin, le Conseil invite les acteurs à lui faire part, sous le secret des affaires s'ils l'estiment nécessaire, des résultats de leurs expérimentations de publicité interactive, et du montant que ce marché représenterait.**

L'AFDESI soutient le développement de la publicité interactive sous toutes ces formes. Comme pour les programmes de télévision, elle est un excellent moyen de contribuer au financement du secteur.

Dans le cadre des Assises Européennes de la Télévision Interactive du mois de juillet dernier, l'AFDESI a commencé à travailler avec le SNPTV et ERA sur un MoU (en Annexe), qui peut être une base de travail pour préparer l'évolution du secteur.

Question n°22

Au vu des ambitions de l'interactivité sur la TNT et sur les autres réseaux, quelle(s) technologie(s) vous paraissent la (les) mieux adaptée(s) à son déploiement ?
Un modèle ouvert et horizontal résultant de l'adoption d'une norme commune vous paraît-il adapté à l'intégralité des services interactifs ?

Les professionnels ont adopté un consensus autour d'une solution basée sur le html pour l'interactivité sur la TNT en France. La solution HbbTV est aujourd'hui en passe d'être standardisée et les constructeurs sont prêts à l'implémenter dans les récepteurs.

L'adoption d'une norme commune, interopérable, et peu coûteuse à implémenter, est la condition pré requise pour favoriser le développement de l'offre et l'économie des services interactifs. Toutefois, toute technologie a ses limites, et si toute la diversité de services qu'on connaît aujourd'hui sur le câble et le satellite, ne pourra pas automatiquement être déployée sur la TNT, l'offre de la TNT restera dans un premier temps une fenêtre d'exposition des programmes interactifs et de leurs usages. Les téléspectateurs les plus exigeants pourront compléter leur expérience avec des récepteurs plus « performants » et plus coûteux.

Question n°24

- Quel intérêt portez-vous à un guide des programmes plus riche pour la TNT ? Le cas échéant, quelles en seraient les modalités techniques, compte tenu des remarques exprimées ci-dessus ? En particulier, qui pourrait en assurer la gestion et quel serait le débit nécessaire ?

- Quel type d'interface jugez-vous souhaitable pour les applications interactives ?

Nécessiterait-elle une action réglementaire ou normative, ou bien faut-il laisser à l'éditeur ou au terminal le soin de proposer sa propre interface ?

Il est important de différencier les données qui renseignent le guide des programmes de l'application guide des programmes elle-même. Pour ce qui concerne les données, l'AFDESI recommande qu'elles soient standardisées, qu'elles soient le plus complètes possible (par exemple sur 14 jours pour les services avancés de type PVR) et le plus à jour possible. Les règles pour ces données devront être étendues, de façon standard, pour les services interactifs autonomes diffusés (ou partie du service diffusé), de façon à y donner accès à travers le guide ou un portail de service.

Il est envisageable que plusieurs applications guides coexistent. Par défaut c'est le fabricant du récepteur qui fournira un guide pour l'ensemble des programmes et des services diffusés. Le fabricant doit avoir toute liberté pour fournir l'interface de son choix pour ce guide mais il devra respecter une neutralité éditoriale pour les programmes et les services diffusés. Il pourra également compléter son guide par un portail d'accès à des services en ligne non diffusés.

Indépendamment, un éditeur pourra diffuser son propre guide pour promouvoir les programmes et services de son choix.

Il est donc important de normaliser les données du guide y compris celles décrivant les services interactifs autonomes et de prévoir une procédure d'affectation de numéro de chaîne pour ces services.

L'AFDESI recommande de laisser le maximum de liberté pour les applications guides et leurs interfaces utilisateurs si ce n'est quelques règles de base qui devraient être communes à toutes les interfaces utilisateur des applications.

Question n°26

- Jugez-vous nécessaire qu'un label officiel, indiquant au consommateur la présence d'un moteur d'interactivité dans les terminaux, soit mis en place ?

Le cas échéant, de quelle manière pourrait être mise en place une procédure de certification des terminaux de réception, pour l'interactivité et pour la réception TNT ?

Quel organisme pourrait la prendre en charge ?

Comme la HD a imposé un nouveau logo, il serait opportun pour les consommateurs, de pouvoir repérer les récepteurs interactifs avec un label officiel.

L'auto certification des récepteurs interactifs a montré ses limites sur le marché italien. Au Royaume Uni, c'est le DTG qui gère cette certification.

Compte tenu de l'ambition européenne de la solution HbbTV, une solution de certification associant les différents pays, pourrait être proposée dans le cadre d'une organisation à définir. La certification doit porter sur les boîtiers, mais aussi sur les services.

Question n°27

- Au vu des étapes précédemment citées, quelle échéance vous semble pertinente pour la disponibilité d'une solution technique d'interactivité sur la TNT ?
- Quelles sont vos prévisions quant à la diffusion des équipements interactifs dans les foyers dans les 5 prochaines années ? Quelle proportion des équipements proposés à la vente par les industriels serait susceptible d'être équipée pour la réception de services interactifs ?

Le premier démonstrateur d'origine française implémenté par Hyperpanel, avec Skardin, STMicroelectronics et Pleyo a été présenté à l'IBC, avec l'AFDESI, au mois de septembre dernier. Il doit donner lieu rapidement à un prototype industrialisable, sur lequel il est prévu de tester des services « commerciaux », dès 2010.

Un marché pour les STB pourrait donc exister dans le courant 2010, tandis que la disponibilité des téléviseurs « Interactive ready » est anticipé à partir de la fin 2010.

Question 28

Les acteurs sont appelés à réagir aux différentes questions posées dans la consultation. Ils peuvent bien évidemment compléter leurs réponses par toutes les réflexions ou observations qu'ils pourraient souhaiter porter à la connaissance du Conseil.

L'AFDESI se réjouit de constater que les discussions techniques autour de l'interactivité sur la TNT semblent sur le point d'aboutir, et que l'ensemble des plateformes de diffusion de la télévision numérique pourra bientôt proposer un enrichissement des programmes et de nouveaux contenus.

L'interactivité sur la télévision est une excellente solution, simple et efficace de contribuer à l'effort national pour la réduction de la fracture numérique. L'AFDESI dont l'objectif premier est de favoriser le développement des services interactifs, jouera pleinement son rôle pour encourager les réflexions sur l'environnement réglementaire et économique de la télévision interactive, avec l'ensemble des acteurs de l'industrie audiovisuelle « traditionnelle ». L'enjeu est de construire la télévision du futur en accélérant le rapprochement de la création multimédia et de la création audiovisuelle, afin de favoriser une nouvelle organisation des industries culturelles.

Plateforme commune entre AFDESI, ERA et le SNPTV

I/ Les Parties

Ce document constitue un accord de position entre l'AFDESI (Association for the Development of Enhanced TV and Interactive services), ERA (European Electronic Retailing Association) et le SNPTV (Syndicat National de la Publicité Télévisée), organisations à but non lucratif, représentant chacune dans leur domaine de compétences, l'essentiel des acteurs opérant sur ces marchés.

II/ Objectif

Au moment de l'élaboration d'un cadre réglementaire pour la télévision du Futur, et afin d'accompagner son développement dans les meilleures conditions économiques, les Parties s'entendent pour proposer aux Pouvoirs Publics quelques règles, de base, en matière de publicité, de parrainage et sur le télé-achat qu'ils souhaiteraient voir entérinées.

III/ Principes proposés

Ils reposent sur des exigences d'homothétie des réglementations en matière de programmes audiovisuels en application de la convergence tant des contenus élaborés que des plateformes de diffusion.

Sans préjudice du principe de protection des consommateurs, des mêmes réglementations - schématiquement TV / Internet - sont nécessaires au respect constitutionnel de la liberté d'entreprendre, et singulièrement dans nos champs d'activité respectifs d'innover, tout en mettant fin à des situations de distorsion de concurrence, qui ont déjà trop duré.

Par exemple :

1/ Autoriser l'adressage des messages publicitaires audiovisuels à l'initiative et sous la responsabilité éditoriale de l'éditeur du service

Les avantages

- Favoriser une meilleure compétitivité des offres de télévision linéaires ou à la demande à égalité avec les autres supports de communication, *a fortiori* électroniques.
- Dans le cadre de communications géolocalisées, favoriser le développement des chaînes et services à vocation locale.

Les obstacles à lever

- Article 13 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992, qui stipule que « *les messages publicitaires doivent être diffusés simultanément dans l'ensemble de la zone de service* »¹.

¹ Article 13

Les messages publicitaires doivent être diffusés simultanément dans l'ensemble de la zone de service. Toutefois, cette disposition :

1° Ne s'applique pas aux éditeurs de services qui comptent au nombre de leurs obligations la programmation d'émissions à caractère régional, pour cette programmation ;

2° Ne fait pas obstacle à la réalisation, sous le contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel et dans des zones géographiquement limitées, d'échanges de messages entre annonceurs à des fins d'expérimentation commerciale ;

3° Ne fait pas obstacle à ce que les éditeurs de services distribués par câble ou diffusés par satellite

2/ Gestion des données privées

La différenciation des messages de publicité de marketing direct en fonction du profil et des données d'achats antérieurs des consommateurs est une approche menant à une segmentation des envois, par « groupes » homogènes. Elle fait partie de l'univers de choix commercial des consommateurs depuis plusieurs décades. Des règles d'autodiscipline et des réglementations encadrent ces pratiques. Elles sont indispensables à l'optimisation des dépenses publicitaires, et ont prouvé être perçues comme utiles, parce que pertinentes, par les consommateurs.

Le développement d'internet et des méthodologies de « personnalisation » qu'il revendique s'inscrit dans cet axe. Ce qui est recherché aussi ici est une amélioration de l'efficacité et de la pertinence des budgets publicitaires engagés, et le mot personnalisation ne doit pas faire illusion. Il s'agit là aussi de « montrer » à des « groupes » d'internautes de profil homogène des messages identiques et correspondant à ces profils. Les consommateurs y voient dans une large majorité un progrès, traduit par plus de pertinence dans le flux d'information que véhicule la communication commerciale. Ils demandent aussi une certaine protection contre tout danger ou tout excès que la technologie mal comprise pourrait induire.

Cette approche introduit donc un besoin de transparence supplémentaire, car Internet donne directement accès structurellement à des données nombreuses de comportement des internautes, que celui-ci peut et souhaite par ailleurs maîtriser et piloter lui-même. Une réflexion à tous les niveaux est en cours, pour adapter à ce contexte particulier, des approches de co-régulation, c'est-à-dire dans lesquelles des réglementations minimales mais suffisantes, compléteront des approches d'autodiscipline des secteurs de la publicité et du commerce.

La publicité audiovisuelle à la télévision aura dès le passage au « tout digital » accès à ces mêmes modèles de différenciation et personnalisation. Aujourd'hui déjà, des expériences assez larges de différenciation des « flux » et messages de publicité ont lieu, sur la base par exemple du lieu et du profil de résidence, dans certains pays, sur le câble notamment.

En France, l'obligation que le flux télévisuel soit le même pour tous en tout point du territoire empêcherait, s'il était maintenu, cette modernisation indispensable, qui grâce aux technologies numériques, peut ouvrir des perspectives de rationalisation et donc d'optimisation des ressources en jeu. Le développement de l'économie numérique a inscrit ces concepts de rationalisation au cœur de sa dynamique. Il serait incompréhensible que la télévision en soit exclue.

La convergence de l'Internet et de la Télévision et plus largement le développement de plateformes d'accès multiples aux contenus audiovisuels au travers du numérique, doivent donc offrir à la télévision les mêmes capacités de « services » segmentés pour ses contenus commerciaux.

Nous encourageons donc le législateur à travailler dans le sens de cette homogénéisation des approches réglementaires, rendue naturelle et logique par cette convergence numérique.

La possibilité de construire des modèles de publicité, ou de commerce audiovisuel (Télé-achat) évolués et novateurs, donc porteurs de développement économique, passe par cette homogénéisation par le haut et par le principe d'homothétie évoqué plus haut.

- En autorisant l'éditeur à utiliser les données de comportement ou de profil de consommation, dans un cadre consensuel, donc après débat et accord sur des principes d'auto-discipline encadrée *a minima*, le législateur permettra à ces

procédant à des décrochages locaux sous leur responsabilité éditoriale puissent diffuser des messages publicitaires au cours de ces décrochages.

développements, porteurs de valeur ajoutée de service et de croissance économique d'émerger rapidement.

- Nous appelons donc de nos vœux qu'un mécanisme d'évaluation et de construction de consensus soit mis en place par les autorités de tutelle. Il passe par la constitution de groupes de travail, en écho national aux groupes similaires animés par les institutions européennes (Commission et très bientôt Parlement) ...
- Ce mécanisme de concertation permettra aussi de baliser le rôle et les prérogatives des acteurs de la chaîne de valeur allant de la création de contenu commercial à la mise à disposition de ces contenus pour le consommateur. La neutralité des plateformes de diffusion et des fournisseurs d'accès quels qu'ils soient restera la pierre angulaire du modèle que nous recommanderons.
- Nous serons donc particulièrement sensibles à l'établissement de règles protégeant le consommateur de contenus ajoutés et/ou substitués par tout distributeur à l'insu ou sans même l'initiative de l'éditeur, « parasitant » - sans qu'il en soit conscient ou qu'il l'ait accepté -, son usage des canaux numériques à sa disposition. L'accès à la différenciation des communications commerciales, au travers d'une segmentation acceptée, basée sur des profils aussi transparents dans leur construction que possible (ce qui ne nuit en rien à la concurrence qui doit exister entre les niveaux de pertinence des créateurs de profil) est le cœur de notre demande, ni plus, ni moins.

3/ Téléachat

Le téléachat, ou Commerce « audiovisuel », est un des segments économiques et une forme de distribution qui bénéficiera, mais pas exclusivement, des demandes exprimées précédemment. Il effectue actuellement sa mutation interne pour se moderniser grâce au tout numérique. Les axes de cette mutation, peu visibles encore dans le paysage télévisuel français, résultent des développements du numérique convergent : la *Web TV* n'est plus un mythe, et ses capacités de ciblage pertinent, et de capillarité, son efficacité comme outil de « loisir commercial » (recevoir de l'information pertinente et distrayante, lors d'un processus d'achat), font que ce téléachat en mutation fera partie à très court terme des réflexions stratégiques de la nouvelle génération de la distribution, désormais multi-canal.

Qu'il soit un canal de relation de plus avec les consommateurs, en complément de l'internet, des magasins ou du papier, ou un mode de distribution ayant sa propre logique et raison d'être, le téléachat doit sortir, en France, à l'image de ce qui se passe dans d'autres marchés européens et aux Etats-Unis, de son enfermement actuel dans des limites imposées par le législateur.

Ces limites, libéralisées à la marge au niveau européen par la nouvelle directive « Services de Media Audiovisuels » transposée aux articles 4 et 5 du décret n° 2008-1392 du 19 décembre 2008, ne reflètent pas encore l'intérêt porté par les consommateurs, et par les marques, à cette forme de distribution de produits ou services au moyen d'une « publicité construite pour intéresser et vendre ». Servie aujourd'hui et encore plus demain par la puissance évocatrice et explicative de l'audiovisuel, elle est associée désormais au pouvoir relationnel et à la capacité d'interaction pilotée par le consommateur, qu'offre le numérique et singulièrement la télévision interactive sous toutes ses formes.

Nous souhaitons donc qu'un volet spécifique de la concertation que nous appelons de nos vœux soit dédié à l'aide au développement de formes de télé-achat, en évolution et porteurs

de développement économique, notamment régional, dès que l'accès au numérique sera définitivement couvert. Ce développement viendra des deux extrémités de l'arc économique de la distribution : grandes enseignes qui devront intégrer la dimension audiovisuelle du numérique, après avoir effectué avec le succès que l'on sait celle de l'internet, et commerces spécialisés dynamiques, prêts à cette télévision du futur, désormais technologiquement plus accessible et directement exploitable comme canal de vente, grâce à l'interactivité.

4/ Modification de la recommandation 2002

La recommandation du CSA du 5 mars 2002 au sujet du renvoi, dans les programmes, à des services téléphoniques ou télématiques surtaxés rappelle plusieurs principes :

- 1) **L'article 9 du décret n° 926280 du 27 mars 1992 modifié indique que la publicité clandestine est interdite**, étant précisé que : « *Constitue une publicité clandestine la présentation verbale ou visuelle de marchandises, de services, du nom, de la marque ou des activités d'un producteur de marchandises ou d'un prestataire de services dans des programmes, lorsque cette présentation est faite dans un but publicitaire.* »,
- 2) **Compte tenu de cet article, le CSA a précisé, dans cette recommandation, dans quelle mesure les incitations à appeler des services téléphoniques surtaxés ou des services télématiques, sur l'antenne des services de télévision, en dehors des écrans publicitaires, sont licites :**
 - A. « (...) le Conseil rappelle qu'il n'a pas d'objection à ce que les services de télévision fassent référence hors écrans publicitaires (...) à **leurs** services dits Audiotel et Télétel et à leur site web (...) »,
 - B. cette référence doit être « *ponctuelle et discrète* »,
 - C. le renvoi à ces services doit s'inscrire dans le prolongement direct du programme en cours de diffusion, étant précisé que sont considérés comme un prolongement du programme les services :
 - a. en rapport direct avec l'émission qui y renvoie,
 - b. qui ne sont pas concurrents de services de même nature proposés par des sociétés tierces ; en effet, « *la référence aux autres services, qui répondent à une **logique commerciale**, doit prendre place au sein des écrans publicitaires* »,

Problématique :

En l'état, pour les services interactifs, cette recommandation peut poser quelques problèmes dans le sens où

- l'exposition de programmes interactifs sous la forme de « pop up » peut être assimilée à de la publicité clandestine
- elle ne favorise pas les activités des éditeurs de services interactifs indépendants des chaînes, qui ont pourtant besoin que leurs services soit exposés.

En conclusion et sur la base de ces premières considérations, nous sollicitons les Pouvoirs Publics, pour formaliser un groupe de travail avec les différents acteurs du secteur, afin de mettre en place un cadre réglementaire adapté aux développements de la télévision du futur, et favorable à sa prospérité économique.

IV/ Durée de l'agrément :

Cet agrément est passé entre les parties pour une durée indéterminée.