



## **Contribution de l'AFDESI à la Consultation Publique du CSA « Avenir de la TNT »**

### **Question 8**

En 2005, les pouvoirs publics lançaient la TNT qui devait être le principal réseau de réception de la télévision numérique en France. Quelques années après, elle fait jeu égal avec l'IPTV qui ne cesse de gagner des parts de marchés, mais surtout, comme en atteste les dernières études du CSA dans le cadre de l'Observatoire de l'équipement des ménages, la qualité du réseau n'est plus appréciée à sa juste valeur\*, et les téléspectateurs sont de moins en moins sensibles à cet atout. Plusieurs raisons expliquent ces évolutions.

\* : Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers 2013 S2 « En termes de qualité d'image perçue, les modes de réception semblent ne pas se démarquer les uns des autres »

#### **La TNT n'apporte pas une offre de télévision « moderne »**

La TNT s'est certes enrichie d'un nombre croissant de chaînes et la HD s'est généralisée. Mais l'offre de fonctionnalités modernes, pour la plupart issues des innovations françaises et qui font le succès des autres modes de diffusion, n'est toujours pas (ou très peu) présente :

- Pas de guide de programme
- Pas d'information sur la TNT interactive pour le téléspectateur
- Pas (ou trop peu) d'offre de télévision de rattrapage
- Pas de radio
- Pas de service de médias audiovisuels
- Pas de services interactifs indépendants

La TNT reste aujourd'hui une offre linéaire, traditionnelle.

#### **La télévision du XXI<sup>e</sup> siècle se développe sur d'autres réseaux**

Outre une abondance de chaînes, dont les chaînes de la TNT qui profitent du must carry, l'IPTV s'est construite une certaine notoriété autour de la télévision de rattrapage. En quelques années, l'expérience utilisateur s'est nettement améliorée, puisque on peut désormais accéder au service d'une chaîne, directement depuis la chaîne, sans passer par un portail dédié. Cet accès instantané à l'interactivité, d'un seul clic, qui était jusque-là un avantage principal d'une solution comme la norme HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV) pour la TNT, s'est généralisé sur l'ensemble des plateformes des FAI.

L'accès à l'écoute radio commence aussi à connaître un certain succès sur ces réseaux. Par contre en terme d'offre « d'autres services interactifs », peu de progrès sont à noter. Par exemple le portail de

services interactifs de SFR (INA, Universal, Iconcert, Traffic Info...) a disparu dans la nouvelle offre fibre. Orange a développé sur sa dernière box une offre de plus de 40 services interactifs indépendants, mais peu d'utilisateurs (même avertis) en ont encore trouvé l'accès...

Au-delà de la maintenant « classique », offre de télévision de rattrapage et de VOD, l'offre de nouveaux services ne vient plus des FAI, mais d'opérateurs OTT de plus en plus nombreux qui maîtrisent parfaitement les nouvelles solutions technologiques. Ces solutions, au cœur de leurs stratégies, leur permettent d'offrir à l'utilisateur des millions de contenus audiovisuels, sur son téléviseur connecté.

### **Quels sont les risques de ces évolutions ?**

Laisser « les clés du marché de l'avenir des médias » à des opérateurs OTT, pour la plupart étrangers, va permettre d'accroître encore davantage la diffusion des programmes étrangers. Nos opérateurs français de l'IPTV ont d'ailleurs commencé à exposer en bonne place les services des plateformes mondiales les plus populaires comme par exemple Youtube et Netflix, en proposant un accès direct à leur service. Alors même que les services d'éditeurs français ne sont pas du tout mis en avant (comme par exemple ceux du portail d'Orange).

La TNT, si elle ne s'ouvre pas à une offre délinéarisée, pourrait disparaître. Certaines chaînes (de la TNT) qui ne pourraient plus compter sur ce réseau maîtrisé pour accéder à leurs téléspectateurs, pourraient aussi disparaître dans un contexte de réseaux managés par les opérateurs de télécoms, câble ou satellite, qui privilégient la rentabilité, et de plus en plus leur propre offre de chaînes.

Si la TNT disparaît, toutes les démarches qui ont contribué à réguler le secteur de l'audiovisuel depuis de nombreuses années pour favoriser la qualité et la diversité, n'auront plus d'assise, puisque les nouveaux réseaux de la télévision resteront hors contrôle (en particulier du CSA).

On commence d'ailleurs à comprendre les enjeux de ces dérives, avec les nouvelles sémantiques qui se développent dans l'industrie audiovisuelle. Youtube, 6Play... parlent par exemple de « chaînes » pour des services qui ne sont diffusés que via internet. La « WebTV » serait-elle devenue un « service de télévision » ? En tout cas pour le téléspectateur, cette « notion » paraît devenir de plus en plus floue...

### **Avec la disparition de la TNT, c'est tout le secteur de la production audiovisuelle qui pourrait disparaître...**

Toute la réglementation sur l'audiovisuel, et notamment les investissements des chaînes dans la production, est le résultat d'une régulation qui s'est construite avec la TNT. La disparition de la TNT, c'est la disparition d'un équilibre développé depuis plusieurs dizaines d'années.

*Pourtant la TNT n'est pas une fatalité...*

La TNT peut encore se moderniser et offrir une alternative concurrentielle à des réseaux qui ne sont pas contrôlés. La TNT peut retrouver une certaine suprématie en devenant plus « connectée ». Offrir sur ce média qui reste encore à 50% le principal réseau de réception de la télévision numérique, une fenêtre pour de nouveaux services (connectés) modernes permettrait certainement de contenir l'érosion de ce support de diffusion. Favoriser de nouvelles pratiques sur la TNT, profiterait également aux chaînes actuelles pour développer leurs propres services (qu'elles semblent pour le moment avoir « abandonné » aux opérateurs), grâce à un parc interopérable (encore largement supérieur à n'importe quel acteur FAI, câble ou satellite, pris individuellement), qui peut générer des revenus importants dans le cadre d'une industrie « contrôlée ». En début d'année, une expérimentation de

publicité adressable sur les réseaux IPTV a montré des résultats très intéressants sur le plan économique. La publicité adressable pourrait aussi exister sur la TNT, grâce à un dispositif interactif.

*Des initiatives comme HYPER TV pourraient redonner un avantage à la TNT*

En réponse aux deux derniers appels à candidature du CSA pour une fréquence TNT locale (Ile de France) et nationale, HYPER TV SAS a proposé de construire une chaîne TNT connectée, gratuite, diffusant des informations et des services, que le téléspectateur peut découvrir sur l'antenne de la chaîne, et continuer à explorer via un « programme store » connecté. Mais pour le moment, ces tentatives se sont avérées infructueuses.

Pourtant HYPER TV est la suite d'une expérimentation (« Mes services TV ») autorisée par le CSA pendant 6 mois sur la Bourgogne en 2012. La chaîne s'appuie sur la norme d'interactivité européenne HbbTV, déjà déployée dans 15 pays, et qui rencontre un grand succès comme par exemple en Allemagne avec plus de 15 millions d'utilisateurs actifs

Faire le choix de favoriser l'émergence d'un service de télévision connecté, d'intérêt général en clair, et gratuit, 100% français, serait aussi l'occasion « d'éduquer » le téléspectateur et d'encourager l'utilisation des services interactifs HbbTV de l'ensemble des chaînes de la TNT, qui sont déjà disponibles, mais peu connus.