

La standardisation : un enjeu pour la sauvegarde du pluralisme ?

La télévision connectée et ses enjeux alimentent actuellement de nombreux débats, consultations et discussions initiées notamment par les régulateurs nationaux et sous l'impulsion de la Commission européenne. Dans le cadre de son Agenda numérique 2010-2020, l'Assemblée numérique des 21 et 22 juin derniers a consacré un groupe de travail à la « convergence des plateformes ». Le CSA participe activement à ce mouvement de réflexion et de questionnement autour des opportunités et bénéfices potentiels, mais aussi des défis et risques que pourraient présenter les écrans connectés et la convergence des appareils.

Introduction

Le CSA observe le développement du marché et a rencontré au cours de ces derniers mois les principaux acteurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles de Belgique pour mieux appréhender leurs ambitions et premiers développements, mais aussi les questionnements des éditeurs, distributeurs, opérateurs et enfin le point de vue des nouveaux acteurs en présence, comme les fabricants de télévisions ou les développeurs d'applications.

Désormais, les appareils « hybrides », non seulement les télévisions (Samsung, Panasonic, LG, Philips,...), mais aussi les consoles de jeux (Wii, Play Station 3, ...) et certains boîtiers, comme les décodeurs TV ou la Apple TV, supportent à la fois la télévision et l'Internet à haut débit, faisant ainsi converger les univers TV et web sur un seul écran, à l'aide d'une télécommande unique : la souplesse et la réactivité de l'Internet se marient avec la qualité et le confort d'image de la télévision. La bataille des plateformes est lancée et la victoire se jouera notamment sur le degré d'innovation, l'ergonomie l'interactivité offerte et le nombre d'applications ; en bref, elle reviendra à celle qui sera la plus « user-friendly ».

Aujourd'hui, la télévision connectée permet aux géants d'internet « Over The Top »¹, comme Yahoo, Google ou Netflix, de faire leur entrée massive dans le monde de la télévision européenne. Les Etats-Unis ont en effet une avance sur l'Europe en matière de contenus disponibles en ligne, en raison notamment d'un plus grand nombre de plateformes de tv connectées, venues de la concurrence avec les set-top box comme TiVo, Roku et Boxee².

Mais ce sont aussi les « petits » éditeurs ou fournisseurs de contenus locaux, qui auront parfois vu, par le passé, leurs initiatives, modestes ou ambitieuses, réduites à néant, qui pourront avoir accès aux plateformes sans qu'aucun intermédiaire ou tout autre « gardien d'entrée » ne puisse altérer ses projets, freiner sa créativité, et de manière plus large la diversité et le pluralisme du paysage audiovisuel. Dans des pays qui connaissent une très forte pénétration du câble comme le nôtre ou aux Pays-Bas par exemple, cette opportunité offerte par la télévision connectée prend tout son sens. C'est la désintermédiation, pour ne pas dire la révolution : l'accès à l'écran de télévision n'est plus clos... les palissades tombent pour les nouveaux entrants.

En continuité de ce mouvement, l'élargissement de l'offre de programmes s'accompagne d'une modification des équilibres entre consommation linéaire et à la demande des programmes et des durées de consommation des différents médias, conduisant irrémédiablement à une fragmentation

¹ OTT, Over The Top : désigne les fournisseurs de contenus sur Internet qui utilisent la capacité de transmission des réseaux et des terminaux associés pour servir leurs clients sans payer le coût de l'infrastructure.

² Voir BAJON, J., "Connected TV& OTT content", in DigiWorld Yearbook 2012, The challenges of the digital world, Idate, 2012, p.106.

accrue de l'audience. La nécessité d'une présence et d'une visibilité sur un grand nombre de plateformes s'avère dans ce contexte nécessaire pour avoir toutes les garanties d'atteindre son public.

Dès lors, la **standardisation** des supports est considérée comme l'un des enjeux de la télévision connectée. Un manque de standardisation, pourtant compréhensible dans un marché en construction, complexifie le travail des éditeurs, qui doivent trouver les moyens d'investir dans une déclinaison différente de son service ou de son contenu pour chacune des plateformes de télévision connectée, en ce compris parfois au sein d'une même marque d'appareils. A partir du moment où elle pourrait assurer plus d'interopérabilité entre les appareils, la standardisation des supports apparaît comme tributaire du développement des applications et dès lors comme un des enjeux de l'avenir de notre offre de contenu et même au-delà, dans le futur, des repères culturels de notre Communauté française et européenne.

Le problème est qu'il est impossible de réaliser une seule application de TV connectée pour l'ensemble ou au moins la majorité des écosystèmes, qui sont bien plus nombreux, comme on l'a vu, que dans la téléphonie mobile par exemple. Cette fragmentation industrielle constitue une forme de barrière à l'entrée et empêche de nombreux fournisseurs de contenus d'assurer que leur service soit présent sur la multitude d'appareils en présence. Ceci excepté les « super puissants » comme Netflix³, plateforme de vidéo à la demande déjà présente sur une cinquantaine d'appareils différents aux Etats-Unis, la rendant ainsi accessible à tous : consoles de jeux (PS3, Wii, Xbox 360), lecteurs Blu-ray connectés, téléviseurs HD connectés, boîtiers comme Roku, Boxee, Apple TV et Google TV, téléphones portables (Android, iPhone, Windows) et last but not least, les tablettes : iPad, Nook, Kindle Fire⁴,...

L'attitude du régulateur

L'attitude du régulateur face à cette situation est d'abord, comme le reste du secteur, d'appréhender, avec prudence, la modification récente de la chaîne de valeur traditionnelle : de nouveaux acteurs – comme le fabricant de la télévision – entrent en ligne de compte, les rôles sont redistribués et de nouvelles relations se créent sur le marché. La fragmentation industrielle et le manque d'interopérabilité entre les appareils constituent-ils une forme de barrière à l'entrée pour les éditeurs ou une difficulté pour les usagers ? Avant d'agir, le régulateur analyse profondément les enjeux, tenant compte du fait qu'à travers chacune de ses missions, le CSA soutient la liberté d'expression, de création, et la liberté du public d'être informé.

L'une des missions du CSA est la sauvegarde du pluralisme, inscrite dans le décret sur les Services de médias audiovisuels au chapitre IV « Transparence et sauvegarde du pluralisme ». L'offre pluraliste y est définie comme « *une offre médiatique à travers une pluralité de médias indépendants et autonomes reflétant la diversité la plus large possible d'opinions et d'idées* ».

Au regard du CSA, cette mission de sauvegarde du pluralisme constitue l'un des enjeux principaux liés à la standardisation.

Traditionnellement et en application du décret, le CSA peut évaluer le pluralisme de l'offre au regard de deux types d'acteurs : les éditeurs de services et les distributeurs de services. Le CSA évalue le pluralisme en se posant les questions suivantes : le public a-t-il accès à une offre plurielle ? Quel est le

³ 26, 1 millions d'abonnés aux Etats-Unis à la fin du premier trimestre 2012. Le service se développe actuellement au Royaume-Uni, en Irlande et vient de s'installer au Luxembourg.

⁴ Voir DURAND, Géraldine, « *Netflix : des résultats financiers en baisse, mais un nombre d'abonnés en hausse* », 15 mai 2012, in <http://mediamerica.org>, Services culturels de l'Ambassade de France aux Etats-Unis

nombre et la variété des sources d'information ? Quelle est la variété offerte dans les contenus proposés, les fournisseurs de programmes sont-ils variés ?

Aujourd'hui, face à la multiplication des plateformes, la question de l'élargissement de cette évaluation du pluralisme à d'autres acteurs se pose. Faut-il par exemple inclure le fabricant de la smart TV dans une des catégories existantes, éditeurs ou distributeurs de services ?

Une incompatibilité à plusieurs niveaux

L'incompatibilité entre les supports se retrouve à plusieurs niveaux. La gestion des droits numériques (en anglais : *Digital Rights Management* – DRM), qui a pour objectif de contrôler par des mesures techniques de protection, l'utilisation qui est faite des œuvres numériques qui circulent sur internet et via la télévision connectée, représente l'une des nombreuses contraintes techniques parfois délicate à adapter aux caractéristiques techniques des différents appareils connectés. Des systèmes différents comme Microsoft PlayReady, Widevine pour Google, Very Matrix,... peuvent être requis en fonction de la plateforme, car les technologies pour sécuriser les flux sont nombreuses.

Le format de diffusion requiert également en fonction des plateformes des solutions techniques divergentes. Pour faire varier la résolution de la vidéo en fonction de la bande passante disponible sur internet (« adaptative bite rate streaming ») et ainsi éviter le téléchargement progressif, différentes solutions existent en fonction des marques : Adobe Dynamic Streaming for Flash, HLS d'Apple, Microsoft Smooth Streaming, Dynamic Adaptative Streaming over http développé par « the Moving Picture Experts Group », ou encore le DiTi Vision, qui fusionne les meilleurs éléments de trois sources différentes (ABS, HLS, DVB).

Cependant, le HTTP Live Streaming (aussi appelé HLS) - protocole de streaming basé sur le protocole HTTP d'abord mis en œuvre par Apple pour le système Quick Time X et le lecteur vidéo embarqué sur l'iPod Touch, l'iPhone puis l'iPad - est devenu un standard après que Apple l'ait soumis à l'IETF⁵. L'HLS fonctionne en segmentant le flux multimédia en une séquence de petits fichiers qui sont ensuite listés dans un fichier playlist. Cette solution, reconnue par les développeurs comme simple à mettre en place et à faire évoluer, n'est cependant pas (et ne sera jamais ?) supportée par toutes les plateformes, comme celles de Microsoft, qui développe son propre standard.

Pour atteindre les vidéos, c'est l'application en elle-même qui doit être formatée selon la plateforme : la manière de naviguer dans le menu, de diriger l'utilisateur vers la catch-up ou la vidéo à la demande, d'interagir,... Le standard HbbTV, qui sera décrit ci-après, permet cependant de développer des applications compatibles avec les supports qui peuvent accepter la norme, comme les écrans Samsung, Panasonic, Philips, Sony, LG,...

La différenciation s'explique par le fait que la plupart des plateformes d'accès à la télévision connectée sont fondés sur des « systèmes propriétaires » (Samsung Smart TV, Panasonic, Xbox,...) propices à des modèles économiques d'intégration verticale. Sans compter que les formats évoluent également en fonction de la génération des appareils, qui se renouvellent régulièrement. Tant et si bien que certains constructeurs de TV doivent « courir derrière » les éditeurs et sont parfois amenés à financer eux-mêmes le développement de leurs applications pour nourrir le portail d'applications de leurs TV connectées.

⁵ Internet Engineering Task Force

Faut-il dès lors encourager les démarches de standardisation en soutenant le recours à des standards ouverts et les initiatives visant à une meilleure interopérabilité des équipements ?

Positions institutionnelles, des associations et nationales

En France, les éditeurs ont rédigé dès 2010 une charte⁶ stipulant que « *Les éditeurs s'engagent à favoriser une solution technologique commune permettant d'associer l'utilisation de données diffusées dans le signal et de services en ligne. Ils souhaitent l'adoption d'une norme technique harmonisée pour les téléviseurs et autre matériel vidéo connectés afin d'éviter des développements spécifiques pour chaque fabricant. Dans le cas de la mise en œuvre d'une telle solution, les éditeurs signataires demandent aux industriels de faire leurs meilleurs efforts pour adopter la technologie retenue* ».

Ceci a donné naissance au standard européen HbbTV (Hybrid Broadcast and Broadband Television), développé par la France et l'Allemagne et validé par l'ETSI⁷. Il s'agit d'une harmonisation technique qui permet « *la mise en cohérence de deux approches : la télévision augmentée avec pop-ups, widgets et autres bandeaux sollicitant le téléspectateur pour afficher des informations contextuelles en rapport avec le programme diffusé, et les portails de services (vidéo à la demande, télé de rattrapage, flux vidéo sur le web) proposés par les chaînes ou les fabricants d'équipements* »⁸.

C'est ainsi que depuis 3 mois, l'émission quotidienne de France 5 « C dans l'air » est passée en mode « télévision connectée » et offre contenus additionnels et interactivité en temps réel à leurs téléspectateurs français. Sur France 2, lors de la diffusion du tournoi de tennis de Roland-Garros, les français ont pu, avec leur télécommande, naviguer dans une interface où l'image cohabite avec des panneaux donnant accès aux statistiques des joueurs, leurs fiches personnelles et les scores des autres matchs en cours.

Sa dernière version, l'HbbTV I.5, semble présenter certaines qualités en terme d'interopérabilité : elle permettrait de donner accès à toutes les formes de DRM différents, et donc à l'ensemble des contenus sur un téléviseur compatible. De plus, pour diffuser en streaming sans téléchargement de fichier avec un débit adapté à la bande passante disponible, elle a recouru au standard « DASH » (Dynamic Adaptive Streaming of http) qui est un standard ISO non propriétaire, a contrario des équivalents Microsoft Smooth, Adobe Dynamic Streaming et Apple HLS (http Live Streaming).

L'avantage, enfin, est que ce standard propose un navigateur bien défini et toutes les extensions nécessaires sur le téléviseur avec comme résultat que si l'on développe son service selon la spécification HbbTV, cela fonctionnera sur tous les appareils compatibles avec le standard, ce qui est maintenant le cas d'un grand nombre de marques de fabricants. Auparavant, tous les fabricants avaient implémenté un profil différent de navigateur, toujours HTML, mais avec des différences dans les extensions. Les services devaient ainsi être adoptés spécifiquement pour chacune des marques : Philips, Samsung, Panasonic, etc.

⁶ Charte des éditeurs sur les modalités d'affichage des contenus et services en ligne. Ont signés cette charte le 19 octobre 2010 les groupes audiovisuels français regroupant l'ensemble des chaînes de la TNT nationale : Nonce Paolini pour TF1, TMC et NT1, Rémy Flimlin pour France Télévisions, Bertrand Meheut pour Canal+ et i-Télé, Olivier de Tarnost pour M6 et W9, Arte, Yannick Bolloré pour Direct 8 et Direct Star, NRJ12, Gérard Leclerc pour LCP, Gilles Leclerc pour Public Sénat, Alain Weill pour BFM TV et Antoine Villeneuve pour Gulli.

⁷ European Telecommunications Standards Institute (ETSI)

⁸Pelapat, Philippe, La HbbTV tisse sa toile...jusqu'où?, in TeleSatellite Numerique, Janvier 2012.

Cependant, on sait qu'actuellement les audiences HbbTV restent faibles en France, au vu de la base installée encore très limitée de TV connectées supportant HbbTV. De plus, encore faut-il qu'elles soient utilisées en mode connecté pendant la diffusion des émissions.

De manière plus large, l'UER (Union Européenne de Radio-Télévision) revendique également des « *solutions communes pour les systèmes hybrides* ». Dans le but d'offrir un essor rapide aux services disponibles sur la TV connectée, et d'ouvrir ainsi de nouvelles perspectives aux utilisateurs, l'UER cherche à promouvoir « *des normes techniques communes telles que HbbTV, MHEG-5, YouView, etc., permettant aux radiodiffuseurs de lier leurs contenus télévisés traditionnels à leur offre Internet haut débit. L'utilisation de systèmes différents sur un même marché pourrait constituer un obstacle au succès de cette nouvelle technologie* ». Selon l'UER, « *de telles solutions communes encouragent la concurrence entre les fournisseurs, font baisser les coûts et offrent un choix plus large aux consommateurs* »⁹.

Lors de la conférence Epra-Cullen en mai dernier, il a été exposé¹⁰ que la plupart des Etats membres sont en passe d'adopter la norme HbbTV, excepté la Grande-Bretagne qui a adopté le MHEG-5, Connected TV et YouView et l'Italie qui fonctionne avec le standard MHP. Ceci semble montrer que les forces du marché conduiront probablement d'elles-mêmes à une standardisation de facto, sans qu'il y ait eu la nécessité d'une intervention politique européenne sur les standards à adopter pour la télévision hybride. Cette manière d'agir présente l'opportunité de laisser le champ libre à l'innovation, en fonction des besoins des différents marchés nationaux.

Par exemple, en ce qui concerne l'HbbTV, l' HbbTV 1.5 a été développé principalement pour les besoins du marché français. D'autres développements du standard semblent se concentrer sur le marché des « companion apps ».

La Commission européenne a entamé une série de consultations et de groupes de travail, dans le but d'en ressortir un document politique sur la TV connectée, tel que cela a été annoncé pour la fin de l'année par la Vice-Présidente Neelie Kroes. Nous verrons quelles mesures éventuelles seront préconisées dans le document politique et quelles seront les décisions de la Commission en la matière : soit, comme cela apparaît actuellement, une standardisation de facto se fera d'elle-même soit la Commission estimera nécessaire d'adopter des mesures, ce qui paraît moins probable.

Qu'en est-il en Fédération Wallonie Bruxelles ?

La volonté de se développer ou non plus ou moins rapidement sur les multiples plateformes est lié avant tout à la base d'activité de nos acteurs et à leur métier « historique »: secteur public ou secteur privé, « simples éditeurs » ou « distributeurs-éditeurs », offrant non seulement du contenu, mais aussi une solution globale comme le « triple play » à sa clientèle...les profils sont radicalement différents et le combat à mener apparaît forcément beaucoup plus individualisé que celui des éditeurs français, par exemple.

D'un côté, la RTBF, pour remplir ses missions de service public, doit fournir une « offre diversifiée et de qualité de services de médias audiovisuels linéaires et non linéaires » à l'ensemble du public de la Fédération Wallonie Bruxelles, en veillant et à « rassembler les publics les plus larges » (article 4 de son

⁹ EBU-UER, "L'avenir sera hybride", Point de vue de l'UER, Genève, 15 avril 2011.

¹⁰ Merkel, Klaus, HbbTV – a basis for connected TV: state of play and forecasts, in EPRA-Cullen International Workshop, Policy and regulatory challenges of connected TV, Brussels, May 3rd, 2012.

contrat de gestion¹¹). En terme de présence sur les nouveaux supports, La RTBF s'engage aussi à « encourager les nouveaux services de médias audiovisuels, les nouveaux supports et l'interactivité entre eux » (article 6, g) ainsi qu'à « (...) proposer aux usagers de la Communauté française, les applications médiatiques et techniques les plus adaptées de la société de l'information » (article 8, b). Sachant que la moyenne d'âge des téléspectateurs de la RTBF est de 56 ans, la volonté de servir tous les publics, d'offrir son contenu à toutes les générations et d'atteindre ainsi d'autres catégories d'âges sur le web et les applications de smartphones ou tablettes, correspond à la définition de ses missions de service public.

De l'autre côté, un autre enjeu, porté par les distributeurs¹² qui offrent le triple voire le quadruple play (TV numérique, internet à large bande, téléphonie fixe et/ou mobile) à leur clientèle, mais aussi leur propre contenu d'éditeurs de services. Leur énergie se déploie sur l'expérience d'utilisateur et la qualité de services qu'ils veulent offrir à leurs clients. Les décodeurs développent de nouvelles interfaces qui reflètent parfaitement cette volonté de valoriser les services offerts par une expérience de plus en plus riche, mais maîtrisée par eux-mêmes et non par un tiers, comme le fabricant de téléviseur : une meilleure visibilité des contenus, une navigation optimale, une personnalisation accrue par un système de recommandations faites en fonction du profil de l'utilisateur, moteur de recherche... Il y a là un business model à préserver, qui permet de garder le contrôle sur l'accès à l'ensemble des services offerts à la clientèle.

Même si l'HbbTV est un « simple » standard technique - qui permettrait techniquement aux câblés-opérateurs de conserver par différents moyens ce contrôle même en introduisant l'HbbTV - il est néanmoins conçu pour être exploitable dans des environnements complètement ouverts, pouvant dès lors encourager un changement de situation.

Dans d'autres pays, comme en Allemagne par exemple, des « petits » câblés-opérateurs ont commencé à déployer l'HbbTV sur leurs décodeurs et les plus grands commencent sérieusement à s'intéresser à l'intégration de l'HbbTV dans leur système.

Par ailleurs, en tant que fournisseur d'accès internet, le câble peut offrir la capacité nécessaire à la circulation des applications, notamment en HD, qui nécessitent de cette capacité. Et si VOO ou Belgacom veulent donner accès aux services que viennent de lancer les chaînes françaises ou que d'autres chaînes belges voudraient lancer, ils seront contraints d'adapter leurs terminaux au standard.

En 2011, Belgacom a décidé de lancer son application over the top « Movie me » disponible sur les téléviseurs Samsung, s'ouvrant ainsi à un autre public que leur clientèle, car la nouveauté est qu'il ne faut pas être abonné Belgacom pour accéder à ce catalogue de films à la demande.

RTL semble privilégier les applications pour les seconds écrans comme l'ipad, permettant de réagir en direct aux émissions de TV, mais ne développe pas encore d'application pour la télévision connectée. Les autres chaînes privées et les télévisions locales déploient leurs activités sur le web ainsi que, pour certaines, des applications disponibles sur l'App Store et l'Android Market (notélé, Télé Bruxelles,...)

¹¹ Contrat de gestion 2007-2011 de la RTBF du 13 octobre 2006, entré en vigueur le 1er janvier 2007. Le contrat de gestion a été prolongé jusqu'à la fin de l'année 2012 et est en cours de renouvellement.

¹² Câblés-distributeurs ou télévision sur IP principalement. La télévision connectée se démarque de la TV sur IP, cette dernière constituant un service géré en large bande uniquement par un fournisseur internet et comparable à la télévision par câble. Les services hybrides, quant à eux, fonctionnent en mode internet ouvert, comme un PC standard.

Initiatives de l'industrie et des développeurs d'applications

Un fabricant comme Samsung¹³ explique que ce n'est pas leur objectif d'établir des barrières technologiques et il le montre en utilisant des standards universels comme HTML Javascript, qui permet d'intégrer un grand nombre de DRMs.

Néanmoins, le fabricant souhaite se différencier par la qualité, et c'est cela qui donnera toujours des limites à la similitude et l'interopérabilité entre les plateformes : des constructeurs voudront toujours faire la différence¹⁴. L'équilibre à trouver se situe entre l'innovation et la richesse de leur contenu.

L'industrie aussi bouge pour la standardisation : les trois constructeurs LG, Sharp et TPV (détenue par Philips) ont annoncé officiellement ce 20 juin 2012 le lancement de la « Smart TV Alliance »¹⁵. Leur but est de susciter la création d'un marché d'applications aussi fourni et dynamique que celui des « Apps » pour smartphones. Pour ce faire, les trois marques ont développé un kit de développement logiciel commun (SDK, « Software Development Kit »¹⁶) qui permet aux services développés avec cet outil (utilisant le HTML5, le CE-HTML et l'HbbTV) d'être immédiatement applicables aux téléviseurs des trois marques. Reste que pour que cette initiative débouche sur une véritable standardisation, elle devrait idéalement obtenir l'adhésion de Samsung, Sony et Panasonic, les trois autres fabricants majeurs de téléviseurs.

Enfin, pour contrer la réalisation de développements coûteux pour chaque plateforme - sans garantie de retour sur investissement tant l'audience est fragmentée - de nouvelles sociétés comme Joshfire, créée en France en 2010, développent une solution technologique - un outillage logiciel en ligne - pour que les applications qu'ils créent puissent être plus facilement déployées par les éditeurs de services sur toutes sortes de terminaux : TV connectées, tablettes, smartphones, outils disposant d'un navigateur web. Le Joshfire Framework est « *un ensemble de briques logicielles permettant le développement d'applications multi-écrans. Il s'appuie sur les principaux standards du web : HTML 5, Javascript et CSS3. Le framework permet de décrire l'application et de lister ses contenus vidéo et audio. Cette description générique d'application est ensuite reliée à une brique d'affichage spécifique à chaque écran et qui gère la cinématique applicative* »¹⁷.

Les standards du web utilisés sont cependant ceux que l'on retrouve aussi dans l'HbbTV ou l'Alliance LG, Sharp et Philips. Et à en entendre d'autres échos de développeurs, ce type d'« assistant » fait que l'on diminue son degré de liberté dans le développement de l'application, les possibilités s'en trouvent restreintes, même s'il est vrai que cela réduit les coûts.

¹³ Digital TV Europe January/February 2012, « Planet of the Apps », p. 14

¹⁴ Voir « TV Connectée : un nouveau rôle pour le fabricant et un enjeu pour l'éditeur de contenu « local » », Entretien « Face à Face » de Bruno Tazzer (Samsung) et Fabrice Massin (RTBF), in « Régulation », Conseil supérieur de l'audiovisuel, Bruxelles, 2012, p.19.

¹⁵ Site officiel de la « smart TV Alliance » : <http://www.smarttv-alliance.org/>

¹⁶ Un kit de développement ou « trousse de développement logiciel » est un ensemble d'outils permettant aux développeurs de créer des applications de type défini (par exemple pour IOS, Android, ...).

¹⁷ EZRATTY, Olivier, « Les français de la TV connectée : Joshfire », in « Opinions Libres », Le Blog d'Olivier Ezratty, <http://www.oezratty.net>, 15 mai 2012.

Reste une autre possibilité de développement pour les éditeurs de services : le web mobile¹⁸. Outre les applications, le web mobile permet de développer des sites Internet mobiles dédiés, qui sont le plus souvent une adaptation du site Internet préexistant. L'avantage du site mobile au regard de la question de l'interopérabilité entre les plateformes est qu'il ne nécessite que d'un seul développement et d'un déploiement immédiat pour tous les supports, donc moins coûteux, ainsi que d'une indépendance financière à l'égard des « stores » d'applications, le référencement se faisant par les moteurs de recherche comme Google ou Bing. Cependant, le web mobile ne possède pas la facilité d'utilisation des applications pour le grand public, leur mode d'accès sans URL grâce à des icônes, un fonctionnement en mode déconnecté et la possibilité de rentabiliser l'application, référencée (mais potentiellement « noyée »...) dans le « magasin » (App Store, Android Market,...).

Conclusions

Que ce soit dans le cadre de la gestion des droits numériques, le format de diffusion ou le formatage de l'application, la problématique de la standardisation est multiple et variée dans le contexte des appareils connectés et explique en partie l'absence de nos chaînes sur les « smart TV » en Belgique, contrairement aux Etats-Unis, en Grande-Bretagne ou en France où les éditeurs proposent depuis un an ou deux leurs contenus sous format VOD via une application dédiée sur les téléviseurs connectés.

Les fabricants, tiraillés entre le souci d'innover, de se différencier et la volonté d'obtenir plus de contenus sur leurs plateformes, ont décidé pour certains d'outrepasser la contrainte en créant une Alliance pour favoriser un marché d'applications plus fourni et capable de rivaliser avec les « apps » des smartphones. C'est un bon début, mais ils ne sont pas encore – et le seront-ils un jour- rejoints par d'autres constructeurs comme Samsung, Sony et Panasonic.

L'HbbTV se répand dans de nombreux pays européens et offre l'avantage, pour l'éditeur de services, de garder la mainmise, dans l'univers ouvert d'Internet, sur le contenu additionnel qu'il choisit de proposer en complément de ses émissions. Mais on murmure que l'HbbTV ne serait que le télétexte 2.0 et que ce n'est pas ce standard, perçu plutôt comme un premier niveau d'interaction, qui fera la révolution dans l'univers de la TV. On attend plus de la Google TV et de l'Apple TV à venir, qui risquent d'aller beaucoup plus loin en termes d'interaction, de possibilités techniques et de puissance et donc d'attractivité pour un public sans doute de plus en plus large.

L'enjeu essentiel se situe de notre point de vue dans la possibilité, pour tout créateur de contenu, d'avoir accès aux plateformes capables de lui offrir une visibilité sans condition et, pour le public, de pouvoir retrouver sur tous les supports un même contenu, particulièrement s'il est de niche et « local » afin d'assurer aux usagers l'accès à une offre diversifiée et pluraliste.

« L'exemple des stratégies mises en œuvre par Apple et Google montre que, par effet de levier, ces derniers pourraient élever des barrières à l'accès à trois marchés stratégiques de l'audiovisuel, ceux de l'infrastructure, du contenu et de la publicité. Ce pouvoir de marché pourrait à terme remettre en cause

¹⁸ Le Web mobile est né avec le WAP, Wireless Application Protocol, langage de description dérivé du HTML, qui permettait d'adapter les formats d'Internet aux contraintes des téléphones portables. Ensuite, le web mobile et les technologies qui lui sont associées ont considérablement évolué : aujourd'hui les sites mobiles sont en plein développement sur Internet parallèlement au nombre toujours plus important d'applications pour smartphone qui voit le jour sur App Store et l'Android Market.

l'existence de la télévision fondée sur le pluralisme des médias et, par voie de conséquence, l'industrie européenne du contenu »¹⁹.

Quel que soit l'aboutissement des décisions prises en matière de standardisation dans cet environnement multiplateformes, ce constat met en évidence d'autres questions qui interviennent dans l'optique de la sauvegarde du pluralisme : Comment faire face, pour les « petits » éditeurs de contenus, aux conditions économiques imposées par certaines plateformes comme celle d'Apple ? Quelle visibilité sera assurée pour les éditeurs « locaux » dans les moteurs de recherche, sites de référencement et pages d'accueil des écrans connectés ? Comment le contenu et la production des fournisseurs de contenu européens pourront-ils s'imposer et perdurer dans ce nouveau paysage audiovisuel ?

Geneviève de Bueger,

Responsable de l'unité Nouveaux médias du CSA, 6 juillet 2012

¹⁹ SCARAMOZZINO, Eléonore, « La télévision européenne face à la TV.2.0 ? », Europe(s), Essais, Larcier, 2012, p.18.