

## **Les commentaires de l'AFDESI sur la consultation publique sur les enjeux liés aux nouvelles fréquences pour les réseaux d'accès aux services de communications électroniques**

*Question n°17 : Ces travaux appellent-ils de votre part des commentaires, en particulier au regard du contexte européen et mondial ? Quelles sont selon vous les caractéristiques spécifiques des besoins en bandes basses des services de communications électroniques qui vous paraissent devoir être soulignées, par rapport aux besoins d'autres services, pour l'accès aux fréquences du dividende numérique ?*

**A mi chemin entre les services de communication audiovisuelle et les services publics en ligne, la télévision interactive, qui est née en France, a encore du mal à se faire une place sur les nouveaux réseaux de diffusion.**

### La TNT

La TNT est un succès sans précédent en France en terme de rapidité de pénétration. Cependant, la France est le seul pays en Europe à avoir démarré la TNT sans interactivité alors que les services se sont multipliés à l'étranger pour apporter des contenus plus riches aux téléspectateurs.

Cette décision est principalement le résultat du manque de ressources en bande passante pour la diffusion des services interactifs, qui n'ont pas été prévus au démarrage de la TNT.

L'interactivité en TNT est un élément important en particulier pour :

- Favoriser l'enrichissement des programmes de télévision, avec des informations complémentaires, et une fidélisation de l'audience ;
- Apporter des sources de revenus complémentaires avec la publicité interactive et des services à valeur ajoutée.
- Proposer un Guide des programmes (EPG)
- Mettre à disposition des usagers des services administratifs et citoyens : consultation Impôts, Assedic, démarches administratives, vote / participation, démocratie plus directe ... ;
- D'une façon générale, apporter de vrais arguments pour la TNT, arguments qui vont pouvoir contribuer à son succès et qui sont des éléments différenciant clefs, par rapport à l'offre analogique actuelle.

## La TMP

Le terme même de Télévision Mobile *Personnelle* fait déjà référence au type de consommation qu'on peut attendre de ce nouveau mode de diffusion de services audiovisuels. Pour qu'elle soit personnelle, la TV doit offrir à ses utilisateurs la capacité de choisir le type de contenu, et la façon qu'ils auront de le consommer. Cela renvoie de fait à la notion d'interactivité : interagir avec la TMP, ça commence par exemple par le choix d'une offre de Vidéo A la Demande (VAD), ça continue avec des informations supplémentaires non audiovisuelles qui enrichissent le programme, et ça finit par une interaction avec ce programme, sous forme de vote ou de jeu sous toutes formes.

De plus, les terminaux qui permettront de recevoir la TMP sont déjà naturellement interactifs. Ainsi, les téléphones mobiles, qui offrent clavier alphanumérique, souris de navigation et écran de bonne qualité, sont parfaits pour naviguer et interagir avec du contenu, audiovisuel ou non. De même, les baladeurs vidéo, qui demain seront des récepteurs naturels de la TMP, même s'ils n'offrent pas de clavier, permettent eux aussi de naviguer sur l'écran, et donc d'accéder à des menus et fonctions interactifs.

Enfin, les réseaux qui permettront la diffusion de la TMP sont naturellement complémentaires de ceux qui, aujourd'hui, sont tellement naturellement interactifs qu'on ne les définit plus comme tels. Des caractéristiques intrinsèques à ces réseaux (GSM, 3G, voire Wi-fi, Wimax etc.) en font des candidats naturels à l'interactivité :

- une meilleure connaissance de l'utilisateur final et de ses préférences (personnalisation des services, marketing direct...)
- une authentification sécurisée et gestion DRM (services transactionnels, gestion d'abonnement)
- un service personnalisé de facturation (services à la carte)
- la possibilité de localiser l'utilisateur (informations locales ; géo-localisation)
- la disponibilité permanente d'une voie de retour (services transactionnels)
- un adressage en mode déplacement (international, réception de chaînes/services français)
- la possibilité de créer des passerelles avec des services internet (services d'informations, EPG...)
- le développement de communautés d'utilisateurs (jeux en réseau, compétitions, créations de communautés de téléspectateurs)

L'AFDESI a proposé un amendement dans le cadre de la loi « Télévision du Futur » afin que Conseil supérieur de l'audiovisuel réserve, en la rendant publique, une part de la ressource radioélectrique à la diffusion des services de radio et des services de communication audiovisuelle autres que de radio et de télévision qu'il a fixée à l'issue de la consultation prévue à l'article 31. Pour le moment il est encore trop tôt pour apprécier le développement des services interactifs en TMP, mais il est d'ores et déjà anticipé qu'ils pourraient être les premières victimes des ressources en bande passante limitée.

**Ainsi, malgré les efforts déployés par l'AFDESI pour favoriser l'interactivité sur les nouveaux réseaux de diffusion, le développement des services interactifs se heurte en grande partie à des problèmes de ressources disponibles en bande passante.**



Le rôle de l'AFDESI étant de promouvoir l'interactivité sur la TV quel qu'en soit le mode de diffusion, elle entend alerter les pouvoirs publics sur l'importance de prévoir de la bande passante pour les services interactifs dans le cadre de l'accès aux fréquences du dividende numérique.

Il est important pour l'AFDESI que de nouvelles ressources soient affectées à des services de diffusion de données en parallèle aux services audiovisuels. Trois grands types de services sont identifiés :

- les contenus directement liés aux programmes audiovisuels : la **TV enrichie**. Ils ont déjà fait la preuve de leur utilité sur les réseaux numériques de TV. De la simple **information programme** (résumé, heure de début et fin etc), ils peuvent aller jusqu'à l'utilisation de la **voie de retour** pour réagir au contenu du programme, en passant par des **informations multiples connexes** au programme (résultats sportifs, biographies des intervenants etc.)
- les contenus non-liés à des programmes : les **services interactifs autonomes**. L'intérêt d'utiliser les fréquences de diffusion broadcast sera d'autant plus fort que les capacités de stockage locales sur les terminaux augmenteront. En effet, il s'avèrera plus intéressant de diffuser des contenus consultés en mode désynchronisés par une large population, que d'offrir leur téléchargement en point-à-point. On peut ainsi imaginer qu'un diffuseur mette à disposition du public en chargement ses programmes pendant la semaine qui suit sa diffusion. Ainsi, si un large public veut y accéder, il sera économiquement et techniquement viable de proposer leur chargement pour enregistrement en local à des créneaux horaires fixes (par exemple la nuit, comme cela se fait pour le satellite).
- Les guides de programmes électroniques (EPG et ESG) : ce sont des services incontournables dès que l'offre de programmes devient importante et variée. Les guides de programmes sont d'ores et déjà le service non audiovisuel le plus utilisé chez les opérateurs de TV payante. L'ESG, qui offrira des fonctions encore plus riches sur la TMP (de par la voie de retour native), n'en sera que plus incontournable.

Les trois types de services décrits ci-dessus encourageront l'utilisation de la télévision numérique:

- la TV enrichie ne fera que rendre plus attrayants les programmes. Le succès de la TV participative en est une illustration parfaite.
- Les services autonomes donneront une deuxième vie à des programmes (de flux ou même enregistrés comme les reportages), qui aujourd'hui n'en n'ont qu'une.
- Le guide de programme informera les utilisateurs de la télévision numérique de la variété des choix que cette dernière leur offrira, encourageant donc naturellement son utilisation.

**L'AFDESI encourage donc les pouvoirs publics à prendre en compte les besoins en bande passantes des services interactifs dans le cadre des réflexions actuellement menées par rapport à l'accès aux fréquences sur dividende numérique. Moins consommateur en ressources que les**



services audiovisuels traditionnels, ils contribuent en grande partie à l'enrichissement de l'offre de contenu de télévision numérique et ne doivent donc pas être négligés.

Le marché de la télévision interactive est aujourd'hui en pleine expansion dans le Monde, notamment dans le cadre de la télévision « payante ». En termes de création, d'emplois, et de ressources économiques, elle se développe et représente des ouvertures importantes pour l'industrie audiovisuelle. La France qui en est le berceau ne doit pas laisser passer sa chance de poser des bases favorables à l'évolution de ce marché et des nombreuses entreprises Françaises qui la composent.

**ASSOCIATION FRANCAISE DES DEVELOPPEURS, EDITEURS  
ET FOURNISSEURS DE SERVICES EN TV INTERACTIVE**

2 rue Troyon, 92316 Sèvres France – Tel 01 46 29 39 00 – Fax 01 46 29 39 01