

Synthèse

Colloque

2^{èmes} Assises de la Télévision Mobile

**« Nouveaux Services
de
Télévision Mobile »**

**Palais du Luxembourg,
le 10 octobre 2005**

Présentation et animation des débats : Julien ALLIOT, journaliste spécialisé.

ALLOCUTION D'OUVERTURE

Daniel BOUDET de MONTPLAISIR, auteur du rapport « Télévision numérique et mobilité »

**LES NOUVEAUX SERVICES DE DIFFUSION VERS LES MOBILES :
UN MARCHÉ MONDIAL EN MARCHÉ**

Florence LE BORGNE, analyste à l'IDATE

RETOURS D'EXPERIENCES A L'INTERNATIONAL

Nick STUBBS, directeur général, ASTRA FRANCE

**CHOIX TECHNOLOGIQUES, FREQUENCES ET MODELES ECONOMIQUES :
DES ENJEUX QUI SE CONJUGENT**

*Olivier COSTE, directeur de la stratégie et du développement, ALCATEL SPACE
Didier HUCK, vice-président, relations institutionnelles et réglementaires, THOMSON*

TABLE RONDE 1 : QUELLES FREQUENCES, QUELS RESEAUX, QUELLES TECHNOLOGIES ?

*Antonio ARCIDIACONO, directeur de l'innovation, Eutelsat
Gilles BREGANT, directeur technique CSA
Frédéric CHRISTOPHE,
directeur standards & technologies avancées du centre de recherche européen, LG Electronics
Guy-Noël LE CARVENNEC,
directeur stratégie et communication, Thalès Broadcast et Multimedia
Bertrand MABILLE,
directeur de la stratégie, de la réglementation et des relations extérieures, SFR*

**TABLE RONDE 2 : QUELS PROGRAMMES, QUELS SERVICES
ET QUELS MODELES ECONOMIQUES POUR LA TELEVISION MOBILE ?**

*Jean-Marc BORDES, directeur général délégué de l'INA
Emmanuel FOREST, directeur général adjoint, Bouygues Télécoms
Janine LANGLOIS-GLANDIER, co-présidente du Forum de la télévision Mobile,
Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie
Philip PLAISANCE, président de WonderPhone
Bruno THIBAUDEAU, directeur général, Canal Plus Active*

L'IMAGE, UN NOUVEAU METIER POUR LES OPERATEURS DE TELEPHONIE MOBILE

Jean-Noël TRONC, directeur de la stratégie et de la marque Orange France

TV MOBILE : LA NOUVELLE DONNE REGLEMENTAIRE

Thibault VERBIEST, avocat à la Cour, Cabinet ULYS

TABLE RONDE 3 : QUEL CADRE REGLEMENTAIRE ?

*Cécile DUBARRY, sous-directrice du développement et de la société d'information,
Services du Premier Ministre (DDM)*

Michel FENEYROL, membre du collège de l'ARCEP

Emmanuel HAMELIN, député de Lyon, conseiller régional,

Président du groupe parlementaire sur la TNT

Philippe LEVRIER, conseiller CSA

*Jean-Michel ORION, directeur adjoint du département juridique
du groupe FRANCE TELEVISIONS, chargé des questions de télévision mobile*

CLÔTURE

*Marc HERUBEL, conseiller technique pour les nouvelles technologies, le multimédia et
les droits d'auteur, ministère de la Culture et de la Communication*

ALLOCUTION D'OUVERTURE

Daniel BOUDET de MONTPLAISIR

En préambule, *Daniel BOUDET de MONTPLAISIR* annonce que son rapport « Télévision numérique et mobile » sera le dernier remis au ministre sur ce sujet. Il y rappelle que le passage au numérique a permis d'ouvrir le champ à une concurrence, laquelle est cependant insuffisante pour la télévision classique. Cet objectif étant atteint avec la mise en place de la TNT et l'avènement de la Haute Définition, l'étape suivante devait alors aborder la télévision mobile. Il relève le fait que la télévision restait aujourd'hui le seul média non mobile. Il s'est ensuite préoccupé de savoir quels seraient les apports de la télévision mobile tant sur le plan social que culturel. Il annonce, par ailleurs, l'arrivée prochaine de la TNP (Télévision Numérique Portable). Les services proposés ne seront pas les mêmes que pour la télévision fixe. Il faut donc être aussi souple que pragmatique, les expérimentations seront quoi qu'il en soit nécessaires. Il estime que le régime d'autorisation des télévisions mobiles devra être changé. En effet, ce type de services pourrait être fourni par des ensembliers, lesquels seraient aptes à délivrer des autorisations. Il est convaincu que si la France reste dans le schéma d'autorisation du CSA, la télévision mobile n'existera pas et constate, par ailleurs, que le manque de disponibilité de fréquence est un obstacle à son développement. De plus, tant que l'analogique perdurera, il ne pourra pas y avoir de télévision numérique qu'elle soit gratuite, payante, en Haute Définition, locale et mobile. Il a donc préconisé de mettre en place un groupe de travail pour analyser toutes les possibilités. S'agissant de la rémunération des fréquences, il explique que, si la France s'oriente vers un système de télévision payante, la redevance de l'occupation du domaine public est nécessaire. Pour ce faire, il faudrait que les ensembliers disposent de grandes libertés éditoriales. Il ajoute que cette redevance devra être largement affectée à l'aide à la création et au cinéma. En conclusion, il prévoit un avenir important pour la télévision mobile si la France a une réflexion sur l'ensemble de ces bases. Il conseille aux opérateurs d'être imaginatifs, audacieux, et d'éviter de propager des craintes inutiles qui nuiraient à l'économie française.

<p style="text-align: center;">LES NOUVEAUX SERVICES DE DIFFUSION VERS LES MOBILES : UN MARCHÉ MONDIAL EN MARCHÉ</p>
--

Florence LE BORGNE fait remarquer en préambule que le trop grand choix de normes ralentit le développement du marché mondial. En effet, les équipementiers devront adapter leurs offres à plusieurs marchés, ce qui ne facilitera pas les économies d'échelle. À la suite de cette analyse, elle indique que la Corée et le Japon ont choisi d'opter pour la télévision mobile terrestre gratuite, mais que le lancement de ces offres n'est toujours pas effectif. Parallèlement à la volonté publique, des industriels privés coréens et japonais se sont lancés dans un projet de télévision mobile par satellite et un service payant est proposé aux Japonais depuis un an tandis que les Coréens ont accédé à un service équivalent en mai dernier. Cependant, l'offre nipponne a recueilli 20 000 utilisateurs alors que l'offre coréenne avance un chiffre de 150 000 abonnés en 4 mois. Ces chiffres restent très faibles par rapport aux prévisions. Elle estime que le succès des services de la télévision mobile dépendra de plusieurs critères : un contenu attractif, bâti sur des marques connues du grand public, une promotion intensive et le choix du téléphone portable comme terminal de réception. En conséquence, il faudra associer les opérateurs de téléphonie mobile aux lancements de ces offres. Il apparaît, en outre, que les « mobspectateurs » plébiscitent des programmes d'actualité et de divertissements ou des programmes connus sur la télévision fixe, adaptés à une consommation courte et occasionnelle. Elle remarque, par ailleurs, que les pics de consommation mobile sont différents de ceux de la consommation fixe. Ainsi, ces deux télévisions se complètent. Elle signale qu'en Corée et au Japon, les opérateurs chargés de déployer la télévision mobile doivent trouver des ressources pour couvrir les coûts de déploiement des réseaux terrestres. Ils cherchent donc à s'allier avec les opérateurs de téléphonie mobile afin de couvrir les « zones d'ombre ». Elle relève enfin que les utilisateurs européens semblent disposés à payer cette offre pour un coût moyen de 10 € par mois.

RETOURS D'EXPERIENCES A L'INTERNATIONAL

Nick STUBBS informe que le Japon et la Corée utilisent un système de diffusion mixte (terrestre et réception directe satellite). Ce système a été privilégié dans le but d'une meilleure réception tant à l'intérieur qu'à l'extérieur et pour disposer d'une couverture géographique complète. Il lui semble, cependant, trop tôt pour tirer des conclusions définitives de ces expériences. Le choix de cette infrastructure a été fait en fonction de la qualité de la couverture ramenée au coût. Néanmoins, le coût du récepteur est encore élevé. On attend pourtant 600 000 abonnés en Corée pour la fin 2005 et 4,5 millions d'abonnés en 2008. Pour réussir en France dans ce nouveau marché, les enseignements de ces deux pays doivent être mis à profit. Il est donc essentiel d'associer les opérateurs de téléphonie mobile avec les diffuseurs de chaînes actuelles et de faire un investissement marketing important. Il ajoute que les expérimentations, avec d'autres normes, comme le DVB-H, ne doivent pas être négligées. Les Pays-Bas ont déjà commencé des expérimentations et des lancements commerciaux sont prévus aux États-Unis à la fin de l'année 2005 avec cette norme. En fait, le succès de la télévision mobile dépendra d'une bonne couverture géographique, d'un spectre de fréquences adéquat, du ratio coût de l'infrastructure/qualité de la couverture, de la richesse des contenus et d'un coût du terminal acceptable pour le consommateur. Les acteurs devront également se rassembler pour faire des économies d'échelle. Il indique qu'Astra étudie la faisabilité d'un projet de services de télévision sur mobile en mixte satellite/terrestre avec les diffuseurs et les partenaires industriels européens. Il conclut que dans le domaine de la télévision sur mobile le satellitaire peut apporter une réelle valeur ajoutée pour le consommateur comme pour les diffuseurs.

CHOIX TECHNOLOGIQUES, FREQUENCES ET MODELES ECONOMIQUES : DES ENJEUX QUI SE CONJUGENT

En préambule, **Olivier COSTE** informe qu'ALCATEL travaille sur la mise en place de projets permettant la diffusion de la télévision sur des terminaux mobiles. Les analyses du groupe ont établi trois manières d'apporter de la télévision et de la vidéo sur des terminaux mobiles : le réseau 3G, le réseau de diffusion purement terrestre et le réseau hybride satellite/terrestre. Avec la 3G, le nombre d'utilisateurs par station de base est limité et le restera. La deuxième solution n'offre pas la disponibilité des fréquences et coûte très cher pour garantir une bonne couverture. La dernière solution permet une disponibilité de fréquence, une couverture complète du territoire et, grâce aux répéteurs, l'accès *indoor*. ALCATEL propose donc de construire ce type de système hybride sur une base d'un standard très proche dérivé du DVB-H afin de minimiser les surcoûts des terminaux et d'apporter la capacité nécessaire. La couverture d'un satellite est telle qu'elle permet de diffuser 18 chaînes sur chaque territoire national en Europe. En zone urbaine, des répéteurs aux sols apporteront la couverture *indoor* et permettront une offre de 54 chaînes. Il signale qu'avec ce système hybride assurant la couverture et donc la pleine mobilité des services, le nombre d'abonnés supplémentaires rembourserait largement le surcoût d'un satellite. Il ajoute, enfin, qu'un réseau s'appuyant sur un satellite est le seul système qui continue à fonctionner en cas de crise et permet d'assurer l'information du public ou les communications avec les services d'intervention.

Didier HUCK revient sur la notion de mobilité du point de vue du consommateur. Ce dernier, recherchant en effet un certain nomadisme, est confronté à des choix en termes de contenus. Les capacités de mémoire explosant et leurs coûts diminuant, les modes de consommation de l'image évoluent. En effet, des opérateurs de télévision par satellite prévoient le développement de baladeurs vidéo capables de télécharger des contenus et de les consommer de manière différée. L'évolution tend également vers l'extension du temps de la consommation de la télévision. Il signale cependant que la taille de l'image oblige à redéfinir la taille des contenus et les formats. Par ailleurs, l'autonomie de la batterie et le confort de vision devront être repensés. Le retour d'expériences sur le lieu de consommation sera déterminant pour choisir les terminaux et les infrastructures appropriées. Il suggère d'accélérer l'arrêt de l'analogique pour libérer des fréquences. S'agissant du modèle économique, une certaine équivalence des fonctions de réception et des bandes de fréquence de réception devra être garantie afin de minimiser les coûts liés aux deux modes de réception. En

conclusion, il estime essentiel d'assurer la sécurité et la protection des contenus et de poursuivre les expérimentations sur la couverture *indoor*.

TABLE RONDE 1 : QUELLES FREQUENCES, QUELS RESEAUX, QUELLES TECHNOLOGIES ?

Gilles BREGANT annonce que le CSA a autorisé le 13 septembre dernier quatre expérimentations, trois en DVB-H et une en TDMB. Ces tests simultanés permettront de recueillir une vision claire des usages et des techniques. Il soulève, cependant, le problème du réseau terrestre. En effet, cette option entraînerait la saturation de fréquences qui sont actuellement intensivement utilisées pour la diffusion de la télévision analogique et de la TNT. En outre, couvrir des appareils portables, dans des zones urbaines, suppose d'implanter de nombreux répéteurs, ce qui soulève des problèmes de planification et de coût global pour les opérateurs. Il estime, par ailleurs, que les technologies pourront encore évoluer en fonction des fréquences disponibles et des enjeux de marché. Il en conclut que le sujet est prometteur en terme d'usages, mais que le problème des fréquences reste à résoudre. La durée des expérimentations permettra d'apporter des réponses à cette question.

Bertrand MABILLE indique que SFR a noté un réel intérêt des abonnés en matière de télévision mobile, même si le marché est à peine émergent. Ces derniers sont, de plus, prêts à payer pour ce service. Cependant, la 3G ne permettra pas de supporter l'augmentation de la demande des abonnés. SFR réservera donc le maximum de fréquences à la téléphonie mobile pour trouver des bandes d'extension pour les nouveaux services. Plusieurs technologies sont proposées. L'une d'entre elles, le DVB-H, est dominante, car poussée par des constructeurs. SFR s'est associé à deux expérimentations : celle avec TDF et celle lancée avec Canal plus, Nokia et TowerCast pour tester des modèles économiques. SFR aura ainsi la validation que le DVB-H en bande UHF fonctionne. Par ailleurs, trois critères méritent d'être examinés afin de définir la technologie utilisée en complément de la 3G : un standard déployé au moins en Europe, l'usage indoor obligatoire et une pluralité de programmes, soit la possibilité d'avoir au moins 15 chaînes.

Antonio ARCIDIACONO revient sur le problème des fréquences nécessaires pour couvrir un large territoire tout en garantissant l'indoor. Il ajoute que la norme standard DVB-H, même si elle a été imaginée pour les fréquences UHF, peut être étendue aux autres fréquences, et notamment la bande S. Le standard ouvert est, en fait, la clé du succès. Il donne l'exemple du GSM et du DVB, deux standards ouverts nés en Europe et qui connaissent un succès mondial. Il ajoute que comme pour le GSM qui a été lancé sur la bande des 900 MHz et qui s'est étendu ensuite sur la bande des 1.8 à 1.9 GHz, les services de diffusion de masse vers les mobiles devront tôt ou tard trouver des fréquences plus hautes que celles de la bande UHF pour assurer leur expansion. Il met en avant la capacité de multidiffusion du satellite sur de larges audiences qui permet de servir en parallèle l'alimentation de têtes de réseaux terrestres, celui de l'accès aux programmes dans les transports et, comme pour la télévision, celui de la couverture des territoires isolés en complément des autres réseaux. Pour conclure, il indique qu'Eutelsat est convaincu de l'intérêt de ce marché ; c'est pourquoi le groupe investi dans les études et participe dans les essais techniques dans plusieurs pays en Europe.

Frédéric CHRISTOPHE se demande quelle technologie sera sélectionnée et quel sera le calendrier potentiel de lancement commercial de la télévision mobile. Concernant le premier point, la situation est plus complexe qu'il n'y paraît, car le DMB revient en force en France, tout comme au Royaume-Uni et en Allemagne. A terme, on pourrait aboutir à une situation où la technologie choisie serait différente d'un pays à l'autre, voire même où les 2 technologies cohabiteraient dans un pays. En termes d'avantages techniques, aucune des deux technologies n'est très nettement supérieure à l'autre. Néanmoins, le DMB a l'avantage d'être une technologie mature (les premiers terminaux commerciaux ont été présentés en Corée en Décembre 2004) , qui a démontré qu'elle a de bonnes performances en termes d'images et de son, et cela même dans des conditions de mobilité importante (un test concluant a été réalisé sur une autoroute allemande, dans un véhicule roulant à près de 200 km/h). Un autre point fort du DMB, alors même que la disponibilité des fréquences va être un problème crucial à résoudre (notamment dans la bande UHF utilisée par le DVB-H) , est le fait qu'il fonctionne en bande 3 VHF , laquelle est la plus largement disponible en Europe. Enfin, le coût de déploiement d'une infrastructure

DMB est inférieur à celui d'une infrastructure DVB-H couvrant la même zone géographique. Quant au lancement commercial, la situation est nouvelle pour les constructeurs de téléphone mobile ; en effet, ces derniers n'ont plus en face d'eux un interlocuteur unique qui est l'opérateur de téléphonie mobile mais différents acteurs (chaînes de télévision, diffuseurs, opérateurs de téléphonie mobile) qui ont des *desiderata* spécifiques en termes de qualité et de performance, et qui souhaitent tous tirer des revenus de la télévision mobile. Tant que ces acteurs ne se seront pas entendus sur le modèle économique, les constructeurs ne pourront pas lancer commercialement leurs produits et ne pourront donc pas faire de « business » à grande échelle.

Guy-Noël LE CARVENNEC rappelle que Thalès s'occupe des systèmes d'infrastructure hertzienne et des plateformes logicielles des services vidéo. Il livre l'expérience de deux programmes en matière de télévision mobile aux États-Unis où le Broadcast et les télécoms sont réunis. Il en déduit que chaque architecture a son lot d'avantages et d'inconvénients. Cependant, le coût de l'infrastructure pure reste du même ordre de grandeur. Il précise que la télévision mobile ne concerne pas que la télévision sur le téléphone cellulaire, mais aussi la télévision dans les véhicules. Malgré tout, trouver, à l'échelon européen, des fréquences dans la bande UHF qui permettent la transition numérique de la TNT, la conservation des services analogiques pendant un certain temps, et l'émergence de ce nouveau service, reste une équation difficile à résoudre. Il indique que la bande L est peu utilisée en Europe. Elle pourrait l'être pour développer un nouveau service. La solution serait de l'employer en démarrage et de l'étendre par la suite vers d'autres types de fréquence avec le même type de standard, soit le DVB-H. Pour ce faire, cette norme devra évoluer afin de pouvoir s'insérer initialement dans la canalisation du DAB. En conclusion, il estime que la réglementation devrait progresser en ce sens.

M. ALLIOT observe que le système hybride terrestre/satellite, vanté par les intervenants, existe déjà, puisque les émetteurs TV terrestres de TDF sont essentiellement alimentés par satellite depuis des années.

M. ARCIDIACONO répond que la nouveauté dans le système terrestre/satellitaire en bande S réside dans le fait que les mêmes fréquences sont réutilisées pour faire du direct à partir du satellite vers les téléphones mobiles. S'ajoute à cette nouveauté la particularité de partager les mêmes fréquences.

M. LEVRIER pointe le fait que planifier des réseaux pour la téléphonie mobile et pour la télévision fixe sont deux choses différentes. Il signale que personne n'a encore émis l'éventualité de créer un réseau de télévision mobile en VHF.

M. MABILLE suggère donc qu'un groupe de travail étudie les possibilités en VHF, indépendamment des questions de politiques industrielles.

M. BREGANT informe que le retour d'expériences des fréquences prêtées interviendra dans 9 mois.

M. LEVRIER, dans la salle, précise que le gouvernement fixe les bornes de fréquence dans lequel le CSA est compétent. Il précise que la bande S n'est pas une borne de radio diffusion. Mais, si cela devenait le cas, il propose de modifier le tableau de répartition des fréquences pour que le CSA soit compétent.

TABLE RONDE 2 : QUELS PROGRAMMES, QUELS SERVICES ET QUELS MODELES ECONOMIQUES POUR LA TELEVISION MOBILE ?
--

Janine LANGLOIS-GLANDIER remarque que les consommateurs ont un réel intérêt pour les programmes de télévision sur les mobiles. La 3G l'a déjà démontré. Cette télévision s'inscrit, en effet, dans la vie quotidienne, programmes d'information, météo locale, sports, programmes éducatifs. Probablement qu'une nouvelle histoire de la télévision commence à s'écrire avec de nouveaux acteurs, des programmes courts, la France est très bien placée dans cette compétition, la bande dessinée, les courts métrages sont dans notre pays des secteurs très créatifs. De nombreux programmes feront gagner du temps au consommateur (exemple de la géolocalisation, itinéraires, retenu d'hôtel, d'avion). Elle rappelle que l'histoire économique de la vente des biens culturels a trois modèles : la vente à l'exemplaire, puis la gratuité (financement indirect par la publicité) avec les media de masse, radio et télévision publiques et le dernier : la télévision payante, laquelle a rétabli un lien direct entre l'opérateur et le consommateur. Ce modèle est très intéressant pour la télévision mobile, car ce lien permet de protéger le contenu à travers des décodeurs.

La loi *must carry* qui impose la distribution des chaînes de services publics est dans cette phase de démarrage de la télévision mobile très importante et favorable au consommateur, cinq programmes de qualité sont déjà sur la télévision mobile.

Les deux problèmes majeurs à résoudre en France sont :

- 1- la détermination des fréquences sur lesquelles la télévision mobile pourra se développer (ce sera important pour le modèle économique).
- 2- la réglementation concernant la diffusion de la télévision mobile, y compris et surtout des services qui ne seront pas la reprise à l'identique des chaînes de télévision.

Jean-Marc BORDES indique que l'INA dispose de 600 000 heures de télévision archivées depuis 1950 et 600 000 heures de radio archivées depuis 1940. Il signale que la télévision et la vidéo en demande (VOD) sont deux modèles économiques totalement différents. Alors que la télévision mobile n'arrivera qu'en 2008/2009, la vidéo mobile est un service existant en octobre 2006. Il estime que les opérateurs, pour se démarquer de la concurrence, peuvent rechercher l'exclusivité, mais que les détenteurs de contenus ont un intérêt souvent contraire, car ils cherchent à maximiser le nombre de points de vente. De plus, la durée des programmes mobiles doit être courte en général, mais dans certaines situations très particulières, comme celle d'un passager arrière dans une voiture, il est possible que des 52mn, voire des 90mn fonctionnent. La taille de l'écran doit être proportionnée en fonction du confort de visionnage exigé et de la séparation espace public/espace privé: ce sera rendu possible par les « flexible OLED », qui se déroulent comme un parchemin. En outre, une norme de DRM pour protéger les contenus des ayants-droits doit être définie. La question est aussi de savoir si la télévision émise vers un mobile en mode broadcast (et non point à point comme la VOD) génère un droit de nature différente qu'une télévision émise vers un camping-car.

Emmanuel FOREST annonce que des chaînes de télévisions, couvrant près de 90 % de la population, seront bientôt disponibles sur les réseaux Edge de Bouygues Télécom. Il est persuadé que c'est le client qui fixera les emplois de la télévision mobile. Il estime que le modèle I-mode, l'écosystème choisi par Bouygues Télécom, devrait s'imposer pour le modèle direct. Les expérimentations permettront de tester les technologies, comprendre les usages pour déterminer quels types de chaînes sont attendus et quel est le reformatage éventuel à effectuer. Il précise que Bouygues Télécom n'a pas vocation à devenir éditeur de contenus. Il faudra donc attribuer les fréquences à des consortiums qui regrouperaient des éditeurs, mais aussi des opérateurs de bouquets ou des distributeurs. Le modèle économique ne sera probablement pas gratuit, car la publicité trouvera plus difficilement sa place en télévision mobile. Il en conclut que le modèle par abonnement et par l'extension de la SMSTV est le plus probable.

Philip PLAISANCE demande qui seront les 1ers utilisateurs de la télévision mobile. Il indique que WonderPhone est une structure spécialisée dans production de programmes de télévision sur mobile qui travaille dans 40 pays pour 70 opérateurs, et France par exemple en collaboration étroite avec SFR et Orange. De son expérience paneuropéenne, il précise que les utilisateurs qui feront émerger les usages de la télévision mobile seront des jeunes de 15 à 25 ans, la Génération Internet et s'interroge sur leurs habitudes de consommation et leur relation aux médias. Un sondage réalisé sur 8 000 jeunes de 8 pays européens stigmatise ces évolutions : 62 % de leur temps média étaient consacrés à la télévision il y a deux ans. Aujourd'hui, ce taux n'est plus que de 31 %. Il y a un an, ces mêmes jeunes consacraient 12 % de leur temps à l'Internet. Aujourd'hui, ils en consomment 24 %. La radio s'inscrit dans la même veine que la télévision. Il estime que l'on peut caractériser cette génération Mobile, Ipod, VOD, Peer to Peer, Social Networking, Instant Messaging, par : Ce que je veux, où je veux, quand je veux, comme je le veux, Sur cette base, Philip Plaisance s'interroge sur l'adéquation entre les services de télévision linéaire tel qu'on les connaît et les attentes des consommateurs. Il estime que la télévision sur mobile doit être analysée et comprise comme un nouveau média en tant que tel, le 4^e écran, le seul média intime et recommande l'émergence de services de juke-box multimédia mobile.

Bruno THIBAUDEAU indique que la télévision mobile rentre dans la personnalisation « je consomme ce que j'aime, où je veux, quand je veux ». Il informe que Canal Plus est déjà présent sur les mobiles en offrant des consommations VOD. Il annonce que Canal Plus lancera les premières speakerines sur mobile qui s'appelleront les « mobilettes ». Le groupe travaille également sur l'adaptation du contenu des chaînes en direct, soit la reprise en simultané de signaux de chaînes conventionnées sous le bouquet Canalsat. Il constate une réelle appétence des usagers (6 000 abonnés). En fin d'année, la vision des pratiques des usagers sera plus claire ; il pourra ainsi définir l'utilisation

de demain. Il prévoit d'ores et déjà la segmentation de la consommation de la télévision qui se fera sur différents écrans : la télévision fixe, le PC et le portable. Les contenus seront adaptés, mais les marques doivent être bien connues.

P. PLAISANCE indique que WonderPhone sollicitera auprès du CSA une autorisation de transmission et d'expérimentation afin de donner accès à la génération Internet à ce nouveau média.

P. LEVRIER se dit favorable à l'autorisation de nouveaux projets.

Une auditrice demande si la publicité peut trouver sa place sur le mobile, ce qui permettrait de baisser les coûts pour les usagers.

J. LANGLOIS-GLANDIER émet l'idée que la publicité pourrait se concrétiser par le biais des *Products placements*.

P. PLAISANCE répond que la génération Internet a une aversion pour la publicité. En fait, se pose, d'une manière générale, le problème du plan d'affaires, car le déploiement de ces réseaux coûte très cher. Il s'agit de savoir qui les déploiera, pour quel business modèle, qui payera et comment seront répartis les revenus.

E. FOREST rappelle que les cartes prépayées « Spot » de Bouygues Télécom permettent de faire payer par la publicité les consommations du mobile ou du moins une partie.

L'IMAGE, UN NOUVEAU METIER POUR LES OPERATEURS DE TELEPHONIE MOBILE

Jean-Noël TRONC informe qu'Orange dispose de 50 chaînes en direct, dont 49 sont déjà existantes et une, conçue spécialement pour les mobiles (LCI Mobile). Concernant l'appétence des clients pour le multimédia mobile, une étude démontre que la France est le troisième pays du monde derrière la Corée et le Japon avec un taux d'usage de 20 %. Il relève le fait que la manière la plus difficile de faire de la télévision en direct est le mode Broadcast. Il y a, en effet, de nombreux écueils. Il est cependant certain que dans les années à venir, des ressources techniques additionnelles permettront de desserrer notamment la contrainte des fréquences. Orange a été le premier à développer des services de type télévisuel et de type non-Broadcast. L'opérateur est, en outre, persuadé que les contenus doivent être nouveaux et adaptés au format mobile afin de créer notamment de l'interactivité. Il informe enfin qu'Orange a lancé, il y a une semaine, une chaîne de fiction et d'animation au format court. La question aujourd'hui n'est plus de savoir s'il y aura du court sur le mobile, car il y en a déjà ; elle est plutôt de savoir si des productions domestiques s'imposeront ou s'il faudra acheter les programmes à l'étranger, comme cela a été le cas pour les séries télévisées et les dessins animés.

TV MOBILE : LA NOUVELLE DONNE REGLEMENTAIRE

Parmi les nombreuses interrogations des professionnels, **Thibault VERBIEST** en évoque quatre.

_ Avec la technologie de type Streaming, la VOD permettra, de plus en plus, des visionnages très longs. Le postulat admis par le CSA exclut la VOD de la régularisation du CSA. Cependant, les choses changeront sous l'impulsion du législateur européen. En effet, la directive TSF est en voie de révision, car la Commission entend que cette directive comprenne les nouveaux médias, les services VOD inclus. Une distinction a été introduite entre les services linéaires et non linéaires. Il explique que le service est linéaire quand il est programmé par l'éditeur. Il restera ensuite à déterminer le socle commun qui réglera ces services.

_ Les régulateurs européens, dont le CSA, considèrent que l'opérateur de téléphonie mobile est le distributeur de services. Cette analyse ne fait pas l'unanimité. Selon le modèle économique, elle peut être modifiée, en effet, il n'est pas impensable qu'une chaîne ou un distributeur de bouquet décide de devenir un distributeur de services, tout comme pourrait le faire un opérateur virtuel ne connaissant rien du monde de la télévision ou de la téléphonie mobile.

_ Par le biais de la loi *Must-carry*, les États membres peuvent imposer des obligations de reprise de chaînes hertziennes, à condition qu'il n'y ait pas de discrimination, et ce, pour tous les réseaux de communication électronique. Il explique ensuite que la régularisation des hautes fréquences

supérieures à 960 mégahertz est attribuée à l'ARCEP et non au CSA. Or, la télévision mobile utilise ces fréquences. Le législateur a donc fait le choix de soumettre ces futures télévisions à la régularisation d'une manière allégée. Ainsi, le *Must-carry* allégé ne concerne que les chaînes publiques ARTE, TV 5 et la chaîne parlementaire.

_ Du fait du passage de l'analogique au numérique, les basses fréquences libérées pourraient être attribuées pour partie à la téléphonie mobile. Mais quelle sera la procédure de sélection ?

TABLE RONDE 3 : QUEL CADRE REGLEMENTAIRE ?

Philippe LEVRIER annonce qu'une loi définit enfin la télévision : « C'est une offre télévisuelle programmée par un éditeur et qui est reçue simultanément par le public qui veut la regarder ». Il est donc possible de déterminer aujourd'hui, face à un nouvel objet audiovisuel, s'il relève de l'audiovisuel ou non. Si ce n'est pas de la télévision, il n'entre pas dans le champ de régularisation du CSA. La frontière se situe entre le Pay-per-view (PPV) et la vidéo à la demande (VOD). Il explique que l'autorisation du CSA est nécessaire, car il y a plus de demandes que d'offres. La télévision mobile sur les réseaux 3G, telle LCI Mobile, est une télévision ; mais elle n'a pas besoin de l'autorisation de fréquence du CSA car elle emprunte un réseau qui n'est pas sous la compétence du CSA. La loi prévoit que le régime du câble et au satellite s'applique lorsque le budget est supérieur à 150 000 €. La chaîne doit alors en effet être conventionnée. Lorsque le budget est inférieur à ce montant, il suffit seulement de déclarer l'existence de la chaîne. La loi permet également d'attribuer des fréquences pour les services de télévision numérique sur les fréquences attribuées par le CSA. Cette loi a été utilisée pour la TNT. Mais elle permettrait également d'attribuer des autorisations pour d'autres projets de type offres de télévision mobile sur les fréquences UHF et en bande L. Il émet par ailleurs des réserves sur le *Must-carry*, sur le fait que c'est la pratique du régulateur et des opérateurs qui qualifiera les services linéaires ou non et sur le dispositif anticoncentration. Il rappelle, en effet, qu'un même opérateur ne peut détenir plus de sept autorisations. Le CSA préconise donc de différencier les autorisations par marché et non plus par support. Il conclut que, dans le cadre actuel, il n'y a pas d'inconvénient à utiliser la loi numérique telle qu'elle est pour gérer la télévision mobile.

Emmanuel HAMELIN annonce que la France n'est pas en retard. Mais, de ce fait, elle manque de recul pour apprécier les tenants et les aboutissants de la télévision mobile. Cependant, des ajustements et des accompagnements seront à faire pour la lancer correctement. Le problème de fréquences est une préoccupation majeure. Il estime que le système DMB ne doit pas exclure d'autres expérimentations. Le souci de la norme DVB-H est qu'elle rentre dans un cadre largement pourvu. En effet, pour faire une diffusion avec cette norme, le multiplex R5 de la télévision numérique devra être utilisé.

Cécile DUBARRY constate que l'on se retrouve devant de grandes inconnues quant aux technologies et la disponibilité des fréquences, l'usage et l'attente des consommateurs de la télévision mobile, mais aussi quant aux modèles économiques et à la mise en place de la chaîne des valeurs. Elle estime que les autorisations du CSA pour les expérimentations sont nécessaires et sources d'enseignements importants. Enfin, Une des questions importantes qu'il faudra trancher est de régime d'autorisation de ces nouveaux services, et en particulier qui sera l'entité titulaire du droit d'usage des fréquences : les distributeurs de ces services ou les éditeurs.

Jean-Michel ORION aborde la question de la gestion des droits au regard de l'exploitation sur les supports mobiles, il relève que deux types de gestion de droits est envisageable : la gestion collective et/ou la gestion individuelle. Avant toute chose il reprend la distinction évoquée au cours de la journée entre les services linéaires (c'est à dire les services ayant une linéarité dans la programmation comme les chaînes de télévision reprise en simultané, intégral et sans changement) et le services non linéaires (c'est-à-dire les services de VOD -vidéo à la demande-, d'extraits, de téléchargement, etc...), et souligne que chacun des ses services est soumis a priori aussi bien à une gestion collective qu'à une gestion individuelle. Concernant les services linéaires, il indique que le distributeur de services, soit en l'espèce l'opérateur mobile, se doit - au titre de la nouvelle communication au public du programme sur son réseau - d'une part de passer des accords généraux de représentation avec les différentes sociétés d'auteurs autorisant la distribution des chaînes de télévisions et d'autre part, en tant que de besoin, avec les sociétés de gestion collective de droits voisins compétentes en la matière et notamment les associations ou sociétés de gestion collective des droits des producteurs. Il indique

par ailleurs que les chaînes de télévision se doivent d'avoir acquis en amont auprès de chaque détenteur de droits les droits d'exploitation leur permettant d'exploiter lesdits droits, ce qui est aujourd'hui le cas dans la plupart des contrats que France Télévisions a conclu avec les détenteurs de droits. Pour les droits des organisations ou fédérations sportives, les questions qui se posent aujourd'hui concernent l'acquisition en exclusivité -par certains opérateurs mobiles- de droits sportifs sur ces supports pour une exploitation en VOD et l'interdiction que tentent d'opposer les détenteurs de droits aux chaînes de télévision quant à la reprise en simultané, intégral et sans changement de ces chaînes sur ces mêmes supports. On peut toutefois légitimement penser -au regard du pragmatisme des organisateurs- que des solutions seront trouvées très rapidement permettant de ne pas faire obstacle à la diffusion des chaînes de télévision en simultané et intégral sur ces nouveaux supports.

Concernant les services non linéaires de type Vod, le principe est celui d'une gestion individuelle avec les ayants droits. En effet dans cette hypothèse et avant toute distribution l'opérateur/distributeur se doit de contracter avec chaque ayant droit (producteur, organisateur, distributeur etc...) afin de pouvoir exploiter son contenu sur son réseau. Il convient pourtant de noter que l'opérateur se devra à priori de passer des accords avec certaines sociétés de gestion collective de droits d'auteurs et notamment la Sacem pour l'exploitation des œuvres du répertoire de cette société sur ce réseau.

Michel FENEYROL rappelle que le concept du mobile a explosé d'une manière foudroyante en quelques années sur des services entre personnes, mais aussi sur des services Internet et bientôt sur du multimédia et de la télévision. En fait, en dix ans, le téléphone mobile est devenu le *factotum* qui est dans la poche de chacun avec les clés, les lunettes et le portefeuille. Les offres aujourd'hui sont multiservices sur le réseau de cuivre, et le sera demain sur les réseaux câblés. Même si la France n'est pas en retard dans ce domaine, elle doit anticiper. En matière de diffusion, il est ainsi impératif de mettre à disposition des fréquences supplémentaires afin de couvrir le territoire autant en *outdoor* qu'en *indoor*. La nouvelle problématique des régulateurs (CSA et ARCEP) est d'avoir ce système multiservice sur le même réseau. Il donne l'exemple de la télévision sur l'ADSL.

P. LEVRIER indique qu'un réseau de télécommunication n'est pas limité en nombre de sources ; en revanche, il y a une limitation du nombre de consommateurs. Tandis que pour les réseaux de diffusion, il y a une limitation du nombre de sources, mais aucune limitation du nombre de consommateurs. Il précise que le métier du CSA est d'organiser le pluralisme des sources sur les réseaux de radiodiffusion afin que l'offre soit la plus diversifiée possible. La question est donc de savoir si le CSA aura le soin d'ajuster ce pluralisme dans la télévision mobile ou s'il devra relayer ce soin à l'opérateur de télécom. Il se demande s'il est judicieux de déléguer à ce dernier la tâche de définir les 18 chaînes disponibles.

M. FENEYROL se demande s'il est sage d'attendre la fin de l'analogique en 2012 pour se préoccuper de trouver de nouvelles fréquences.

T. VERBIEST s'interroge sur la légitimité de l'existence de deux régulateurs.

P. LEVRIER indique qu'il est possible de fusionner les autorités de régularisation. Cependant, c'est un problème distinct de savoir à qui l'on attribue les fréquences de radiodiffusion.

CLÔTURE

Marc HERUBEL fait part des regrets de Renaud DONNEDIEU DE VABRE de n'avoir pas pu se libérer, et lit le discours que ce dernier avait préparé. Le ministre y évoque le formidable succès de la TNT avec 680 000 adaptateurs vendus en seulement six mois. La télévision en Haute Définition (TVHD) a aussi fait l'objet de travaux importants, il convenait en effet de lui ménager une place sur la TNT. En conséquence, le gouvernement a retenu la norme MPEG-4 pour les chaînes payantes afin de mieux utiliser le spectre. L'objectif est de permettre le lancement d'une offre TVHD sur la TNT, comprenant des chaînes gratuites et payantes, avant la fin du premier semestre 2006. Aujourd'hui, la télévision mobile fait l'objet de projets de développement aussi bien chez les acteurs de l'audiovisuel que les opérateurs de téléphonie. Il lui semble nécessaire d'aller de l'avant pour s'emparer de nouvelles opportunités et construire de nouvelles offres. La télévision en situation de mobilité est d'ores et déjà devenue une réalité à travers les offres de téléphonie de troisième génération UMTS ou à travers la TNT qui peut être reçue sur les terminaux embarqués. Les enjeux sont importants. Par ailleurs, ces nouveaux services devront permettre de mieux répondre aux besoins des citoyens en

matière d'information, de culture et de divertissement. Ces services donneront également l'opportunité de renforcer l'industrie de la création audiovisuelle et musicale. À la suite des interrogations soulevées dans le rapport de Daniel BOUDET de MONTPLAISIR, le ministre a donc décidé d'étendre le champ de la mission sur la TNT à la TVHD et à la télévision mobile. Il lui semble indispensable que, préalablement à tout choix définitif sur les normes et les fréquences, les échanges entre tous les acteurs concernés se poursuivent. Ces réflexions doivent également s'inscrire dans un cadre européen. Il se réjouit de l'orientation des expérimentations autorisées par le CSA, lesquelles s'attachent à mieux cerner les attentes et les comportements du public en situation de mobilité. Il est enfin probable que le cadre législatif devra être adapté le moment venu pour permettre le développement commercial des offres de télévision sur le mobile. En conclusion, M. Hérubel indique que le ministre sera très attentif aux retours d'expériences, même intermédiaires, qui pourraient être dégagées.