Pour une stratégie européenne de la TV connectée

J'ai eu l'occasion d'intervenir dans un débat mercredi 19 octobre 2011 au Sénat portant sur les " **Libertés sous le règne de l'Internet**" organisé par la **Fondation Robert Schumann** et le **Center for European Studies**. Cette conférence d'environ deux heures comprenait la présentation par le CES d'un rapport sur les libertés et Internet (**Freedom in the days of the Internet**) puis deux tables rondes modérées par un élu : **Lionel Tardy** (Député UMP) pour la première et **Catherine Morin-Desailly** (Sénatrice Nouveau Centre) pour celle qui me concernait.

La seconde table ronde où j'intervenais rassemblait trois opérateurs télécom français (Orange avec Jean-Louis Constanza, Bouygues Télécom avec Franck Abhissira et Free avec Olivier de Baillenx) et moi-même comme "électron libre". Elle portait sur le web 3.0 et les télévisions connectées et sur les migrations de valeur intervenant dans l'univers télécoms, Internet et télévision numérique (photos sur le **site de Marie Rufo**).

En une douzaine de minutes, j'ai exposé quelques enjeux autour de la TV connectée reliés au thème de la conférence que je souhaiterai détailler ici même. Mon propos faisait le lien entre la stratégie actuelle des acteurs français et par extension européens, celle des grandes sociétés américaines et asiatiques, et les enjeux de libertés : liberté d'expression, liberté d'accès aux contenus et libertés d'entreprendre. Il se terminait par une proposition permettant d'éviter à l'industrie européenne de la télévision de tomber sous le contrôle des géants américains et asiatiques et de d'étendre les libertés citées où l'on part de très bas pour ce qui est de la télévision.

Le point clé de cette piste est de prôner un **collaboration plus intense de l'industrie et des régulateurs pour standardiser les plateformes de la TV connectée**. Comme vous le verrez, cela relève un peu d'un idéalisme débridé, mais bon, parfois, il faut commencer par-là pour changer les choses ! Stay foolish… !

Les constats

1) La télévision est le **média numérique où les libertés sont les plus limitées**. C'est le support numérique le plus régulé et le moins libre qui soit ! En exagérant un peu, on en est comme la radio avant les radios libres en 1981. Comparativement à l'Internet en général, l'univers de la télévision numérique traditionnel (TNT, satellite, câble, box des FAI, box de Canal+, TV connectées) relève en effet de l'âge de la pierre pour ce qui est de l'exercice de trois libertés clés :

- La **liberté d'expression** qui est contrainte car la majorité des chaines de TV sont contrôlées par quelques grands groupes médias et il est très difficile de créer sa propre chaine et de la diffuser sur les écrans de télévision, quel que soit le tuyau. Ceci est amplifié par la faible offre de très haut débit symétrique en France. Le débit montant est de 1 Mbits/s chez Bouygues Télécom, 5 Mbits/s chez Numéricâble (pour 100 Mbits/s en descendant) et 10 Mbits/s chez Orange. Seul Free propose un FTTH symétrique car sa fibre va jusqu'aux appartements dans les immeubles. Cela réduit la capacité des Internautes de s'exprimer par eux-mêmes en streaming vidéo, pour des applications de téléprésence, de e-santé tout comme pour alimenter leur propre chaine de télévision.
- La **liberté de consommation** est tout aussi contrainte pour le téléspectateur-consommateur. C'est particulièrement vrai sur les box des FAI et des opérateurs de TV payante à de rares exceptions comme la Freebox Révolution qui est la plus ouverte qui soit pour consommer sur sa TV tous les contenus imaginables (ceux des chaines, ceux de la TV payante, de la VOD), mais aussi tous ceux qui viennent de son propre réseau et ses contenus personnels. Cette liberté s'améliore avec par exemple la généralisation de services de télévision de rattrapage, mais elle se présente généralement dans des "silos" par chaine TV. C'est notamment le cas chez Free qui propose une mire de chaines TV à partir de laquelle on entre dans les silos de TV de rattrapage pour chacune d'entre elles.
- La **liberté d'entreprendre** est tout aussi mise à mal. Elle s'explique par la grande fragmentation des acteurs technologiques du domaine. L'accès au marché pour les startups est très verrouillé à l'échelle nationale, et particulièrement en France avec quelques oligopoles verticalisés, le plus significatif étant Canal+/CanalSat. Cette liberté d'entreprendre est de plus contrainte par une régulation et une fiscalité omniprésentes, probablement la plus complexe dans le monde dans ce secteur d'activité. Et d'un point de vue technologique, développer une application pour TV connectée nécessite de supporter environ une dizaine de plateformes différentes (5 FAI, 5 constructeurs de TV connectées) avec un cout rédhibitoire, surtout pour les petits éditeurs de contenus. Cette fragmentation du marché confine une majorité des innovateurs au rôle de prestataires de services dépendant de gros opérateurs en lieu et place de produits "scalable". Cela contribue à créer un paysage voisin de celui du logiciel en France avec des SSII en

nombre mais peu d'éditeurs de logiciels en proportion (cloud ou pas cloud…).

2) Là-dessus, **tout vole en éclat**. La vidéo et la télévision deviennent consommables sur toutes sortes d'écrans et plus seulement sur le très régulé poste de télévision. Les jeunes passent de moins en moins de temps à regarder l'écran de TV traditionnel et sont plus sur leur ordinateur ou leur tablette ou smartphone. Là où le champs des libertés d'expression, d'usage et aussi d'entreprendre sont bien plus vastes. Le législateur est bien en retard : une TV connectée est plus régulée qu'un PC connecté sur une TV ! Ce qui ne veut évidemment pas dire qu'il faille réguler ce que l'on peut faire avec un PC pour l'aligner sur la TV ! Le marché de la télévision est pour l'instant fait de chaines locales, de pas mal de contenus locaux, de tuyaux locaux voire même de choix technologiques locaux – souvent par opérateur - qui cloisonnent les pays. Tout cela pourrait bien voler en éclat et commence à en prendre le chemin même si le phénomène est assez lent. Le marché de la télévision numérique se mondialise inexorablement. Il l'est déjà sur une bonne partie des contenus avec les séries et films provenant des USA.

3) Le marché de la TV connectée devient une **bataille de plateformes applicatives mondiales** et de moins en moins une bataille de contenus ou de plateformes locales. Ce sont les plateformes avec l'assiette d'utilisateurs la plus large qui emportent généralement la mise. Un bon exemple est la suprématie des magasins d'application mobiles d'Apple et Google qui ont terrassé les approches équivalentes des opérateurs télécom, qui ont quasiment perdu tout contrôle de la consommation de contenus et d'applications de leurs utilisateurs alors qu'ils en étaient historiquement le péage principal. Le marché des plateformes de la TV numérique est aujourd'hui très fragmenté. L'enjeu clé et donc sa défragmentation. Elle peut provenir d'acteurs privés, plutôt non européens, ou éventuellement par la standardisation. Ou ne pas se produire du tout.

4) L'Internet est autant **régulé et tarifé par les plateformes de Google, Facebook et Apple** que par la loi, l'Arcep et le CSA et les opérateurs télécom. Ces sont des régulateurs privés de l'Internet, soumis pour l'instant à aucun contrôle particulier. La régulation effective de l'Internet se manifeste ainsi plus dans le logiciel de ces services (qui sont obscurs) que dans les tuyaux (qui restent malgré tout relativement neutres). Google régule ce que l'on trouve dans son moteur de recherche et une bonne part de nos communications, Facebook régule les relations avec nos "amis" et Apple régule l'accès aux contenus. Le premier est ultra-dominant dans les usages et les seconds ne le sont pas encore. Quels acteurs intervenaient ainsi au colloque "**Nouveaux Mondes 2.0**" organisé par les équipes d'Eric Besson les 20 et 21 octobre 2011 (cf **CR de Marie Rufo**) ? Google, Facebook, Cisco, Microsoft ! Il y avait bien Orange, Nokia, Ericsson et Alcatel-Lucent, mais quels poids font-ils par rapport aux premiers ? Sans compter le quelque peu dédaigneux Apple qui n'intervient **jamais** dans ces débats, malgré son rôle majeur dans l'industrie.

5) Ce qui est un fait accompli dans l'Internet pourrait très bien **se transposer dans la télévision numérique**. Ce sont les mêmes acteurs américains qui cherchent à capter : qui la valeur publicitaire (Google), qui la recommandation (Facebook), qui un écot sur les contenus (Apple). Et il faut y ajouter Netflix qui, même s'il traverse une passe difficile, pourrait inonder le marché européen, à commencer par le Royaume-Uni. Ces grands acteurs ont pour eux la force du standard, une logique de plateforme et une approche mondiale des marchés sans compter leur puissance marketing et financière. S'y ajoutent les acteurs asiatiques, constructeurs de TV connectées. Ils sont cependant à la peine car ils ne maitrisent pas l'échelon logiciel et contenus de la chaine de valeur contrairement aux américains. Ils pourraient en devenir dépendants, si par exemple, ils adoptaient Google TV. Résultat : on retomberait dans le risque d'une dominance des grands acteurs américains. Une TV connectée régulée majoritairement par des acteurs privés américains poserait un tas de problèmes : souveraineté culturelle, répartition de la valeur (autant pour la publicité que pour les contenus payants ou les solutions technologiques d'acteurs locaux) et aussi de fiscalité.

Enjeux clés et politique de l'autruche

Au niveau français comme européens, les enjeux de la télévision connectée sont multiples :

- Comment assurer une bonne **répartition de la valeur** dans le nouvel "ordre économique" qui se prépare ? Et surtout éviter qu'elle ne s'échappe trop du continent, au risque de peser lourdement sur le financement de la création ? C'est le thème de nombreux débats en France autour de la neutralité des réseaux.
- Comment assurer une pérennité du **système de création local**, ce que l'on appelle ici l'exception culturelle française et qui a son équivalent ailleurs en Europe ?
- Est-ce que le pays saura **faire autre chose que simplement déployer des tuyaux** pour le haut débit et le très haut débit, pour s'occuper sérieusement des infrastructures de services et de contenus qui vont au-dessus ?
- Comment permettre aux **acteurs locaux** d'insuffler des innovations, et de faire de nos marchés nationaux et du marché européen un terrain de jeu pour se développer à grande échelle ?
- Comment dans le même temps assurer que le consommateur/citoyen aura **accès au choix le plus large de contenus** et une flexibilité de consommation correspondant à ses attentes : sur n'importe quel écran et n'importe quand et sans être enfermé dans les silos des grands acteurs ?

J'avais évoqué en novembre 2010 le "**Plan bancal de résistance des chaines face à Google TV**". Il avait démarré avec une levée de boucliers et la création d'une "charte" interdisant tout un tas de choses autour du signal TV des grandes chaines françaises, TF1 et M6 en tête. Ceci

s'ajoutant à diverses interdictions existantes quelque peu stupides telles que l'impossibilité de simplement regarder TF1 sur son PC à partir de la diffusion IPTV sur la Freebox.

La réaction des chaines et des FAI face à ces menaces provenant soit de l'Est soit de l'Ouest sont bien disparates. L'union fait la force, mais ici, elle relève juste de la création de digues, pas de marche en avant vers l'innovation, tout du moins pour ce qui concerne les chaines de TV et surtout celles qui vivent de la publicité.

En termes de télévision connectée, tout le monde avance en ordre dispersé. Des services sont développés un par un pour les FAI et les grandes marques de TV connectées.

Il y a une exception avec l'adoption de HbbTV qui démarre doucement, à commencer par France Télévision qui l'a **expérimenté la première fois pendant Roland Garros** en mai 2011. S'en est suivie de près l'expérimentation d'un portail de services indépendant des chaines de TV lancé par **l'AFDESI**, "Mes Services TV", juste après son approbation par le CSA, mais sans lien avec les chaines TV.

Du côté des **FAI**, la "résistance" s'organise par différents moyens : la montée en puissance des box TV (**SFR** puis **Free**), le rôle plus important donné à la gateway (le modem DSL/Fibre/Câble), préparant une ère très multi-écrans dans la consommation de contenus TV et vidéo (chez Free pour l'instant), les services de TV de rattrapage, l'intégration d'un choix aussi large de programmes notamment dans la VOD. Ils ont beau tous faire partie de l'OIPF (**Open IPTV Forum**), la standardisation dans ce créneau avance trop doucement. Les FAI ne sont toujours pas en phase sur la manière de développer des applications sur leur plateforme. Il y a d'ailleurs bien plus de différences techniques pour développer des applications sur les box des FAI que sur les TV connectées.

Chez **CanalSat**, même combat avec une approche double de contenus "premium", sur de nombreuses thématiques et une stratégie multi-écrans tout azimut. Mais dans un environnement technologique et d'usage des plus fermés.

Les **constructeurs de TV connectées** avancent eux aussi en ordre dispersé. Il y a bien l'exception de Sharp, Philips et LG Electronics qui **viennent de s'associer** sur un standard commun de développement d'applications connectées basé sur HTML5, CE-HTML et HbbTV. Mais ils sont tous les trois sur une pente glissante : Philips se désengage progressivement de l'électronique grand public, Sharp perd inexorablement des parts de marché et LG Electronics patine face à son compatriote Coréen, l'ogre Samsung. Leur démarche va cependant dans le bon sens. Reste à la faire adopter par les autres constructeurs, notamment japonais et par Samsung.

S'y ajoutent de forts enjeux de pouvoir qui remontent au politique. Les chaines TV françaises sont contrôlées par une poignée de groupes médias (France Télévision, TF1, M6, Canal+, Bolloré, Next Radio). La TNT a cependant fait éclater les audiences au grand dam des premiers. La suppression partielle de la publicité chez France Télévision l'a fragilisé, mais l'a rendu en même temps un peu plus moteur que les autres dans la voie vers la standardisation, au vu de leur adoption de HbbTV.

On n'est certes pas sûr du pire

Les américains peuvent très bien se planter en Europe, face à la fragmentation du marché et à sa régulation. Et aussi du fait d'une proposition de valeur inadéquate, ne tenant pas compte des contraintes sociologiques et physiologiques du téléspectateur. Et surtout, du fait des barrières des chaines, qui génèrent pour eux une impossibilité de distribuer convenablement les contenus qui comptent pour les téléspectateurs.

Les américains vont toutefois arriver par la fenêtre… via le multi-écrans, les smartphones et les tablettes. On attend aussi la TV d'Apple qui même si elle sera certainement positionnée sur le haut de gamme, imprimera surement sa marque sur le marché en entrainant un phénomène de copies et d'imitations en tout genre chez les autres constructeurs. Ceux-ci seront tentés de réagir en adoptant l'offre de Google, que ce soit Android ou Google TV. Et on assistera passivement à un duel qui rappellera celui du Mac face au PC.

Le pire serait qu'il soit déjà trop tard pour faire quoi que ce soit.

Une autre voie est possible

J'en viens aux propositions. L'Europe est encore en position de refaire le coup du GSM dans le secteur de la TV connectée. Elle doit impérativement favoriser la standardisation des plateformes de TV connectées, et traverser les clivages des chaines de TV, des constructeurs de TV connectées ainsi que des FAI offrant de l'IPTV.

Cette standardisation devrait aboutir à faire adopter :

- Des **interfaces de programmation unifiées** pour développer des services innovants de TV connectée, que ce soit dans les TV connectées, les box des FAI, les box de TV payante comme sur les autres écrans (tablettes, smartphones). La base étant probablement du HTML 5, du CE-HTML, du JavaScript et du HbbTV pour tenir compte de l'équilibre mouvant entre contenus broadcastés de manière traditionnelle (surtout en TNT) et ceux qui proviennent de l'Internet ouvert.

- Des **plateformes de services**, à l'image de "Mes Services TV", qui reposeraient sur ces standards et qui seraient accessibles à tous les développeurs d'applications. HbbTV peut en être la souche. Il est impératif que ce soit plus qu'un standard servant à créer des silos fermés autour des programmes des chaines TV.
- Des **protocoles de communication** ouverts et standardisés pour la liaison entre les différents

écrans, notamment pour piloter sa TV à partir d'écrans type tablette ou smartphone.
- Des moyens d'**accès à des plateformes de cloud computing** solides pour héberger les applications et contenus de la TV connectée. Ces plateformes devront être des infrastructures plutôt locales ne serait-ce que pour des raisons de performance.
- Des standards dans les domaines de la **publicité** (IAB, SNPTV) et sur le respect de la **vie privée** (CNIL, etc).

Le tout en permettant tout de même aux grands acteurs de se différencier dans les bouquets de services et de contenus qu'ils offrent à leurs clients.

La standardisation est le seul moyen de débloquer les trois libertés mises à mal citées en début d'article. Elle nécessite une collaboration plus étroite qu'aujourd'hui entre les acteurs du marché. L'initiative franco-allemande HbbTV a montré qu'une approche concentrique pouvait fonctionner. Le leadership de la France dans l'IPTV est une opportunité pour nos FAI de se mettre déjà d'accord entre eux et de rayonner ensuite dans le reste de l'Europe. Les chaines publiques peuvent aussi mieux se concerter, notamment France Télévision, les networks allemands et ensuite, la BBC, qui semble faire un pas vers HbbTV. Il faut rapidement dépasser les particularismes et aller très vite ! A la vitesse de l'internet et pas à celle du déploiement de la fibre en France !

Quel peut-être dans tout cela le rôle du régulateur ? Il faut déjà qu'il comprenne les enjeux. Le **colloque du CSA sur les TV connectées** d'avril 2011 a montré que ce dernier avait une approche plus positive des enjeux que les parties prenantes français trop arque-boutées sur leurs positions, un peu comme les industries de la musique il y a douze ans. Il doit travailler à l'échelle nationale et européenne. Il peut aussi assouplir la chronologie des médias pour permettre l'éclosion de services innovants locaux avant que Netflix ou d'autres nous envahissent. Il peut contribuer à mettre les acteurs en ordre de bataille pour accélérer le travail de standardisation et ensuite les accompagner dans leur démarche de lobbying à l'échelle européenne, à commencer par la relation avec l'Allemagne.

Créer des standards est évidemment une démarche complexe. Les acteurs concernés n'ont pas toujours les ressources pour y participer activement. Faire converger des intérêts divergents est toujours difficile. La seule manière de les mobiliser est la perception d'une énorme menace commune, ce qui commence à être ici le cas.

Avancer requiert aussi du leadership. France Télévision peut jouer ce rôle de par sa mission service public et aussi sa relative avance dans la mise en œuvre de services sous HbbTV. Dans les FAI, aucun n'est vraiment au-dessus de l'autre en France et leurs stratégies techniques sont assez disparates. Il faudrait pourtant qu'ils se mettent d'accord pour standardiser leurs plates-formes applicatives et servent ensuite de référence aux autres pays européens où l'IPTV est moins développée. De telles démarches pourraient tout à fait légitimement bénéficier du financement du Grand Emprunt dans le volet "numérisation des contenus", voire d'aides européennes. Ce genre de projet collaboratif relève vraiment d'une démarche stratégique à contrario d'un **Quaero** qui n'avait servi qu'à financer des travaux de R&D disparates. Mais l'obtention des crédits étant lente, il faudrait commencer sans attendre.

Il y a aussi toute une ribambelle d'acteurs – PME et startups de la TV connectée - qui sont surement prêts à s'engager car leur croissance dépend de la standardisation en question. On ne va pas créer du jour au lendemain un marché unique européen de la télévision, mais des synergies sont probablement envisageables dans les couches techniques pour permettre à quelques acteurs

d'éclore en disposant d'une surface de marché adressable plus grande que leur pays d'origine.

Ceci constitue au passage une petite contribution à l'une des premières questions posées par le Cabinet d'Eric Besson dans le cadre de la **consultation préalable** à la création du plan France Numérique 2020, en plus de ce que j'ai pu produire récemment **au sujet de l'entrepreneuriat**. A bons entendeurs…

Cet article a été publié le 8 novembre 2011 et édité en PDF le 21 avril 2013.
(cc) Olivier Ezratty - "Opinions Libres" - **http://www.oezratty.net**