



MISSION FLASH SUR LA CONFIGURATION DES TÉLÉCOMMANDES ET DES ÉCRANS D'ACCUEIL DES ÉQUIPEMENTS AUDIOVISUELS

La commission des affaires culturelles et de l'éducation a confié à Mmes Sophie Mette (*Mouvement Démocrate (MoDem) et Démocrates apparentés*) et Michèle Victory (*Socialistes et apparentés*), une mission flash sur la configuration des télécommandes de téléviseurs et des pages d'accueil des interfaces permettant d'accéder à des contenus audiovisuels, dans l'objectif de préserver la concurrence entre les acteurs.

La question des télécommandes peut apparaître désuète, si l'on considère que la commande vocale et la navigation sur écran d'accueil sont l'avenir des téléviseurs et autres équipements audiovisuels. Cependant, les « boutons » d'accès direct à des plateformes américaines de vidéo à la demande sont révélateurs du bouleversement des équipements et des usages. Au-delà de la télécommande, c'est la question de l'accès des utilisateurs à la télévision linéaire et au service public audiovisuel, financé par les contribuables, qui est posée. L'enjeu est économique mais aussi démocratique.

À l'issue de nombreuses auditions, les deux rapporteuses formulent des propositions, aux niveaux français et européen, pour assurer l'accès à l'offre du service public et aux chaînes de la TNT sur tous les équipements audiovisuels.

Voir [ici](#) la vidéo de la réunion de la commission du 23 février 2022
Voir [ici](#) l'intégralité de la communication de
Mmes Sophie Mette et Michèle Victory



Rapporteuse
[Sophie Mette](#)
Députée de la Gironde
(Mouvement Démocrate (MoDem)
et Démocrates apparentés)



Rapporteuse
[Michèle Victory](#)
Députée de l'Ardèche
(Socialistes et apparentés)

L'« invisibilisation » du service public audiovisuel et des chaînes de la TNT

L'évolution des équipements et des usages

Il existait, jusqu'à une date récente, trois moyens principaux de recevoir les chaînes de télévision linéaire : la TNT, le câble et le satellite, et les abonnements « *triple play* » des fournisseurs d'accès à internet (FAI).

Depuis une dizaine d'années s'est développé l'accès direct par internet, via les télévisions connectées (*smart tv*) et les clés ou boîtiers OTT (*over the top*) proposés par des entreprises comme Google ou Apple.



© shutterstock.

Au-delà de la **confusion** que cette diversification des **moyens d'accès** peut entraîner, c'est aussi l'abondance de services et de programmes proposés à l'utilisateur qui peut perturber. En effet, si cette multiplication des offres peut apparaître, de prime abord, plutôt favorable au consommateur, en réalité, la profusion de l'offre crée un « **paradoxe du choix** » : le consommateur, incapable de choisir, se concentre sur les offres les plus connues.

Or, le **service public et les chaînes de la TNT sont de plus en plus difficiles à trouver**. Que ce soit sur les interfaces des *box*, des *smart tv* ou des boîtiers OTT, aucun éditeur de la TNT n'apparaît sur l'écran d'accueil. Les magasins d'application ne permettent pas de trouver facilement les applications des éditeurs de la TNT, alors que les applications des principales plateformes de vidéo à la demande sont préinstallées.

Dans certains cas, l'**éditeur** du contenu n'est même **pas identifié** : les programmes affichés et « poussés » sur l'écran d'accueil font l'objet d'une forme de « *repackaging* » qui fait disparaître leur origine.

Des enjeux économiques et démocratiques

Dans un tel univers, **ce qui compte** pour un éditeur n'est pas d'être référencé, mais **d'être visible et, plus encore, de pouvoir être découvert sans même être recherché**.

Dans cette optique, un éditeur de service peut conclure un **contrat** avec un constructeur d'équipement afin de disposer d'un **bouton d'accès direct** sur la télécommande et de mises en avant au sein de l'interface utilisateur.

L'**intérêt économique** est mutuel : les services de vidéo payants ont besoin de cette visibilité pour conquérir de nouveaux abonnés puis les conserver, et les fabricants de téléviseurs se doivent de distribuer ces services plébiscités. Ils peuvent monnayer ces prestations et en amortir les coûts en les proposant à l'échelle mondiale ; ainsi, les acteurs français n'ont souvent même pas accès à la négociation.

Un **cercle vicieux** s'enclenche alors **pour les éditeurs locaux** : de moins en moins visibles, les services de télévision sont de moins en moins demandés par les consommateurs, qui leur préfèrent les services OTT mis en avant sur tous les plans.

Compte tenu de la place que prennent les services de télévision nationaux dans le financement de la production audiovisuelle et cinématographique française, c'est toute la chaîne de la création qui en pâtit et avec elle, la **diversité culturelle**. Sur les interfaces des téléviseurs connectés, il est flagrant de voir que seules des œuvres américaines sont suggérées à l'utilisateur, et ce alors même

que Netflix, Amazon et Disney sont désormais assujettis à des obligations de contribution au financement de la production française et européenne.

Au-delà de la création, il y a aussi un **enjeu démocratique**, si l'accès à des chaînes d'information conventionnées par l'ARCOM est rendu difficile ou dépend du bon vouloir d'un constructeur étranger.

La mission a aussi été alertée sur le problème du **traitement des données** personnelles de consommation des services, qui peuvent être envoyées à des sociétés extra-européennes qui n'appliquent pas de règles équivalentes à celles du Règlement général pour la protection des données (RGPD).



© shutterstock.

Le cadre juridique

Les FAI et les opérateurs de câble et satellite sont assujettis à des règles qui préservent les éditeurs nationaux : **must carry** (c'est-à-dire l'obligation de distribuer les chaînes du service public) et **respect de la numérotation** logique pour les chaînes de la TNT.

De telles règles ne sont pas applicables aux fabricants de téléviseurs connectés, ni aux opérateurs OTT.

Cependant, la révision de la **directive « Services de médias audiovisuels »** (SMA) a jeté les bases d'une régulation. Son **article 7 bis** prévoit que « *les États membres peuvent prendre des mesures afin d'assurer une visibilité appropriée pour les services de médias audiovisuels d'intérêt général* ».

Cet article a été transposé par l'ordonnance n° 2020-1642 du 21 décembre 2020 créant l'article 20-7 de la loi du 30 septembre 1986. L'obligation de garantir la visibilité des services d'intérêt général (SIG) s'applique à toute « **interface utilisateur** », c'est-à-dire tout dispositif offrant un choix entre plusieurs services, sur un téléviseur, une box, un boîtier OTT, une enceinte connectée, qu'il soit proposé par un distributeur de services ou au sein d'un magasin d'applications.

Les SIG comprennent le service public audiovisuel, mais pourront aussi inclure d'autres services définis par l'ARCOM en fonction de leur **contribution au caractère pluraliste des courants de pensée et d'opinion et à la diversité culturelle**. C'est aussi l'ARCOM qui est chargée de contrôler les **moyens d'assurer la visibilité** des SIG. En tout état de cause, **la présentation retenue doit garantir l'identification de l'éditeur à l'origine du contenu**.

Quant à la **territorialité** de ces nouvelles règles, l'article 7 bis de la directive SMA n'aurait pas de sens s'il ne devait viser que les interfaces proposées par des distributeurs nationaux. Il est clair que les entreprises étrangères qui proposent des services en France devront se plier à cette forme de régulation adaptée aux technologies OTT.

L'**Allemagne** a transposé l'article 7 bis de la directive : les offres d'intérêt général doivent être **aisément trouvables** au sein des interfaces, **dès le premier niveau**. Par ailleurs, l'Allemagne a défini des **critères** précis pour qu'une chaîne ou un service audiovisuel privé puisse être considéré **d'intérêt général**, dont l'ARCOM pourrait s'inspirer.

Le **régulateur britannique** recommande aussi de légiférer pour assurer l'accessibilité des services d'intérêt général, qui incluent la BBC mais aussi des chaînes privées, en appliquant le principe du **must carry** aux services de vidéo à la demande du service public.

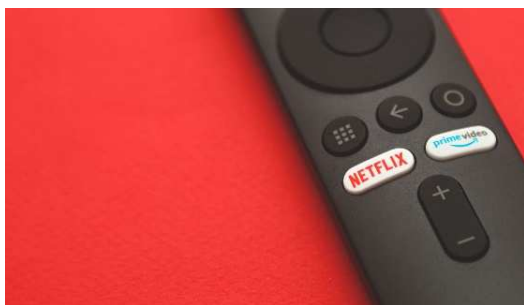
Propositions des rapporteuses

Au niveau français

Les acteurs français doivent œuvrer ensemble pour une meilleure distribution de leurs contenus, dans l'intérêt de tous. Il importe notamment de **favoriser la reprise de l'intégralité de l'offre à la demande du service public par l'ensemble des distributeurs.**

A minima, il apparaît souhaitable **d'informer le consommateur de la disponibilité des offres du service public en vidéo à la demande (et de leur profondeur) au moment de l'abonnement ou de l'acquisition de l'équipement.**

Une autre voie pour améliorer l'accès aux offres des éditeurs de la TNT consisterait à **encourager la concertation entre éditeurs et fabricants sur la mise en place d'une norme HBBTV en France.** En effet, cette norme permet un mode de visionnage hybride combinant le linéaire numéroté et des fonctionnalités à la demande. Une telle évolution permettrait une modernisation de la TNT et redonnerait aux chaînes linéaires quelques arguments face aux nouveaux distributeurs en matière de services associés et d'ergonomie.



© shutterstock.

Au niveau européen

S'il ne semble pas y avoir de situation caractéristique d'une atteinte au droit de la concurrence, des règles de transparence **et de non-discrimination dans les relations entre éditeurs et opérateurs d'interface (fabricants et applications de smart TV, agrégateurs, plateformes de VOD, FAI...)** pourraient être imposées.

L'article 20-7 de la loi du 30 septembre 1986 devrait permettre de répondre à une partie des problèmes soulevés. Aussi les rapporteuses estiment-elles souhaitable qu'il soit **mis en œuvre le plus rapidement possible par les régulateurs.**

Par ailleurs, compte tenu du développement, sur les interfaces, d'emplacements dédiés à l'agrégation de contenus, il serait pertinent **d'étendre les obligations qui s'appliquent aujourd'hui aux services de médias à la demande français en matière d'exposition des œuvres européennes et françaises aux nouveaux intermédiaires.**

La diversité s'entend aussi au plan éditorial : notre paysage audiovisuel est aujourd'hui très riche, et les nouveaux intermédiaires doivent refléter cette diversité. Aussi serait-il souhaitable de **mener une réflexion approfondie, au plan européen, pour réserver une part des touches des télécommandes à des éditeurs locaux, ou permettre à l'utilisateur de personnaliser tout ou partie de ces touches pour accéder aux services de son choix.** En outre, une partie des **bandeaux des pages d'accueil** pourrait être réservée à des éditeurs européens, charge à ces derniers de conclure des contrats en ce sens avec les constructeurs.

Pour toute information complémentaire :

Commission des affaires culturelles et de l'éducation

Téléphone : 01.40.63.65.95 – culture-social.sec@assemblee-nationale.fr