

Première expérience de télévision connectée en Europe

written by Françoise Laugée | 20 mars 2012

France Télévisions innove pour un public encore très restreint mais sûrement motivé.

C'est la chaîne publique France 5, dirigée par Bruno Patino, également responsable du développement numérique au sein du groupe France Télévisions, qui a inauguré la combinaison radiodiffusion et Internet. Avec une part de marché d'audience comprise entre 11 % et 14 %, l'émission quotidienne *C dans l'air* animée par Yves Calvi a été choisie pour tester l'interactivité en direct avec les téléspectateurs.

Munis de leur télécommande, les téléspectateurs peuvent consulter sur une fenêtre ouverte sur l'écran de télévision, de la même façon que sur celui d'un ordinateur, des contenus proposés en rapport avec le sujet du débat en cours, tels que des fiches d'information ou les biographies des intervenants. Mais surtout, ce nouveau dispositif offre une certaine « dose » d'interactivité en permettant aux téléspectateurs d'envoyer leurs commentaires ou de poser des questions.

Avec un budget de 60 millions d'euros consacré aux nouveaux usages numériques, le groupe France Télévisions multipliera, avant la fin de l'année 2012, les émissions ou retransmissions sportives interactives, à commencer par le tournoi de tennis de Roland-Garros.

Cette expérience est toutefois réservée à quelques-uns, aux foyers TV qui ont déjà un téléviseur adapté au nouveau standard de diffusion HbbTV (*Hybrid Broadcast Broadband TV*) choisi par les diffuseurs européens (voir REM n°17, p.25). Selon le syndicat des fabricants de téléviseurs, Simavelec, 20 % des téléviseurs vendus en 2011 étaient connectables et, sur ce pourcentage, un tiers seulement étaient effectivement connectés, soit 60 000 écrans environ. Selon ses prévisions, le syndicat annonce 40 % de téléviseurs au standard HbbTV vendus en 2012, assorti d'un développement rapide du taux de connexions.

Au premier trimestre 2012, 10,7 % des foyers français, soit 3 millions, sont équipés d'un téléviseur connectés à Internet, selon Médiamétrie, une augmentation de + 40 % par rapport au trimestre précédent. Ces foyers conquis par la télévision connectée sont déjà parmi les plus équipés : 63 % d'entre eux possèdent plusieurs écrans de télévision contre 50 % pour l'ensemble des foyers TV, 66 % ont également une console de jeu sur TV, la plupart disposent d'au moins un ordinateur et plus de 7 sur 10 d'un téléphone mobile. En outre, la télévision

connectée concerne davantage aujourd'hui des foyers masculins, jeunes, citadins et familiaux : 83 % des chefs de ces foyers équipés sont des hommes, 24 % de ces foyers ont moins de 25 ans et 63 % ont moins de 50 ans; plus de la moitié vit dans une grande ville, ils sont majoritairement actifs et composés d'au moins trois personnes pour près de la moitié d'entre eux.

Une expérience comme celle menée par France 5 contribue à familiariser davantage le grand public à cette nouvelle façon de regarder la télévision, même si l'offre de programmes est encore rare. Néanmoins, la télévision connectée est à peine lancée que se profilent déjà d'autres usages, plus révolutionnaires encore. Avec « l'écran compagnon », celui des smartphones et des tablettes, est née ce que l'on appelle la *Social TV* ou télévision sociale (voir *infra*). Avec en moyenne 6 écrans par foyer, la bataille pour l'interopérabilité est bien engagée.

Sources :

- « [glossary_exclude] TV connectée [/glossary_exclude] : les derniers chiffres en France », Eric Scherer, meta-media.fr, 6 février 2012.
- « France 5 lance la télévision connectée en direct », Paule Gonzalès, *Le Figaro*, 9 avril 2012.
- « Smart TV, le nouvel écran connecté des foyers », Référence des Equipements Multimédias, communiqué de presse, Médiamétrie, mediametrie.fr, 22 mai 2012.