

Sommaire

<u>Introduction</u>	p 2
Partie 1 : Où en est aujourd'hui la TV sur mobile ?	p 4
I. <u>La TV sur mobile : photographie de la situation</u>	p 4
A. <i>D'un point de vue technique</i>	p 4
B. <i>En termes de contenu</i>	p 6
C. <i>Exemples d'Orange et de SFR</i>	p 8
II. <u>Le comportement de l'offre</u>	p 9
A. <i>TV sur mobile : un enjeu pour tous</i>	p 9
B. <i>Vers une mutation certaine du marché</i>	p 10
III. <u>Le comportement de la demande</u>	p 11
A. <i>Regard quantitatif</i>	p 12
B. <i>Regard qualitatif</i>	p 12
IV. <u>TV sur mobile : des zones d'ombres subsistent</u>	p 12
A. <i>Des contraintes techniques</i>	p 12
B. <i>Des contraintes environnementales</i>	p 13
Partie 2 : L'enfant et son téléphone portable	p 15
I. <u>Le téléphone portable, un véritable phénomène de société</u>	p 15
A. <i>Une diffusion très rapide</i>	p 15
B. <i>Différents modes de communication</i>	p 17
C. <i>Une utilisation différente selon les âges</i>	p 19
II. <u>Quelle vision du téléphone mobile ?</u>	p 20
A. <i>Un outil complexe</i>	p 20
B. <i>Les comportements face au téléphone portable</i>	p 22
III. <u>Enfant-téléphone mobile : reflet de son identité</u>	p 23
A. <i>Un objet personnel</i>	p 23
B. <i>Un objet qui retrace la vie</i>	p 24
IV. <u>Enfants-parents : dépendance et contrôle social</u>	p 25
A. <i>Des appels utilitaires envers les parents</i>	p 25
B. <i>Une gestion des coûts</i>	p 26
C. <i>Un contrôle parental social</i>	p 26
Partie 3 : Vers un 4^{ème} écran pour les enfants ?	p 28
I. <u>Description de la situation</u>	p 28
A. <i>Qu'est-ce que les enfants peuvent regarder sur leur téléphone ?</i>	p 28
B. <i>Et demain ?</i>	p 31
II. <u>Comment la marque TFou se positionne-t-elle sur ce marché ?</u>	p 32
III. <u>Analyse critique</u>	p 34
<u>Conclusion</u>	p 37
<u>Annexes</u>	p 38

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4^{ème} écran pour les enfants ?

1

Introduction

Les droits exclusifs de retransmission accordés à SFR, 83 millions de téléphones prévus pour accueillir la télévision d'ici 2010, un marché européen de contenus vidéos sur mobiles estimé à 9,1 milliard d'euros dans moins de 5 ans, la télévision sur mobile tisse sa toile et n'a pas fini de l'étendre. S'il a fallu attendre des années avant que la France arrive à la Télévision Numérique Terrestre, pouvoir visionner des dizaines de chaînes sur son téléphone est chose faite...avant qu'une nouvelle technologie de réception ne fasse définitivement exploser le phénomène courant 2006-2007.

Le consommateur ? Il est déjà séduit par l'idée de recevoir les flashes infos en temps réel, les ralentis des buts de la ligue 1, de regarder dans le train « 7 à 8 » en revenant de son week-end ou le dernier épisode de Digimon sur Jetix.

En effet, face à ce nouveau service que proposent nos téléphones portables, l'enfant y est et y sera exposé comme les grands. Avec déjà la présence de plusieurs chaînes qui le concernent directement et la possibilité de télécharger de nombreuses petites vidéos qui l'attirent particulièrement, il est probable que le téléphone portable deviennent synonyme de 4^{ème} écran qui tient dans la poche.

Par conséquent, avant de se pencher véritablement sur cette problématique, nous avons voulu volontairement dresser un portrait assez précis de la situation de l'offre aujourd'hui de façon à voir où est-ce que nous en sommes en matière de TV sur mobile. Pour cela, nous apporterons dans un premier temps les aspects techniques et nous verrons ce qui nous est proposé aujourd'hui en matière de contenus. Nous continuerons par une analyse de l'offre, de la demande et nous terminerons par les freins qui contrent pour l'instant le développement de la TV sur mobile.

Dans un deuxième temps, nous nous pencherons sur l'enfant et sa manière d'utiliser son téléphone portable à travers un photographie de l'essor du mobile puis nous nous intéresserons aux relations « enfant - téléphone mobile » et « enfant/parent - téléphone mobile ».

Enfin, nous nous centrerons directement sur notre problématique pour déterminer si oui ou non les enfants se dirigent réellement vers un 4^{ème} écran. Pour cela, nous verrons ce qui aujourd'hui leur est proposé directement et ce à quoi seront-ils exposés demain. Puis, suite aux réponses que nous ont accordés la chaîne TFou, nous verrons comment cet acteur important sur le secteur se comporte-t-il face à la TV sur mobile et nous finirons avec une analyse critique de l'apparition de cette nouvelle télévision dans la poche des enfants.

Partie 1 : Où en est aujourd'hui la TV sur mobile ?

I. La TV sur mobile : photographie de la situation

Avant d'aborder concrètement la relation qu'il existe entre la TV sur mobile et son utilisation par les enfants, il nous faut dresser un portrait général de l'éclosion de ce 4^{ème} écran. Dans un premier temps, une explication technique sur comment reçoit-on aujourd'hui (mais aussi demain) la télévision sur son téléphone. Dans un deuxième temps, qu'est ce qui nous est proposé en termes de contenus puis nous terminerons par l'analyse de deux exemples concrets à savoir ceux de Orange et SFR, les deux opérateurs principaux à l'heure actuelle.

A. *D'un point de vue technique*

✓ *TV mobile en voie de saturation ?*

Pour recevoir la télévision sur son portable, le fonctionnement est simple. A l'heure actuelle, nous la recevons « en continu » c'est-à-dire qu'une personne regardant la télévision sur son mobile a accès en temps réel à la même programmation que les chaînes télévisées. Pour cela, la technologie utilise les réseaux des opérateurs téléphoniques (Orange, SFR et Bouygues Telecom). Toutefois, selon une étude Informa Telecom, on estime qu'en 2010, la TV sur mobile sera utilisée par 124,8 millions de personnes. Autrement dit, si la technologie n'évolue pas, il est sur qu'en France ou ailleurs, les réseaux des opérateurs satureront lorsque des millions d'utilisateurs regarderont les mêmes programmes en même temps voire au même endroit. C'est pourquoi, les acteurs du marché sont à la recherche d'une nouvelle technologie permettant de libérer les réseaux des opérateurs pour pouvoir garantir une bonne réception et une bonne qualité sans se soucier du nombre d'utilisateurs. Or, à la suite de plusieurs rapprochements entre les entreprises, cette technologie a pu voir le jour courant 2005 : le DVB-H.

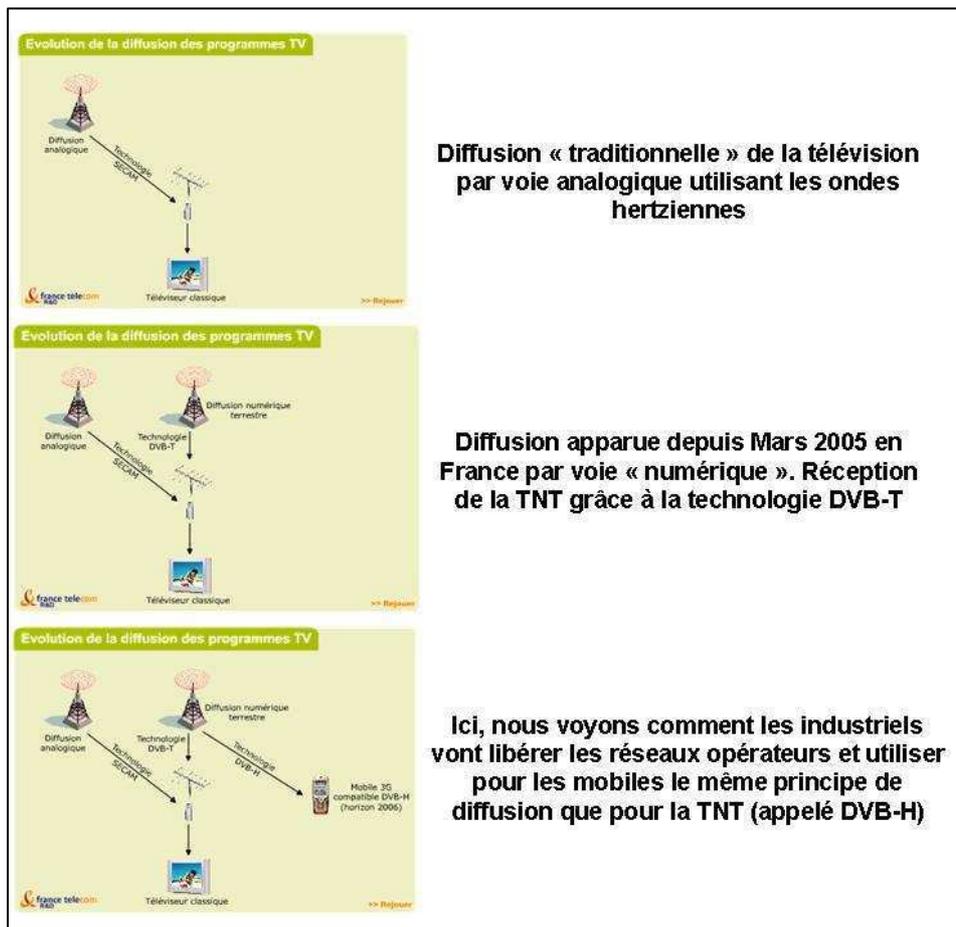
✓ *La TNT sur son mobile*

Plusieurs solutions sont envisageables pour éviter la saturation des réseaux opérateurs mais il apparaît que celle-ci est la plus simple, et de surcroît, déjà testée en Corée. Il s'agit simplement de transformer son téléphone en récepteur de télévision : on libère les réseaux des opérateurs et on fait passer la télévision par les réseaux hertziens (à condition que le téléphone soit équipé d'une puce DVB-H). Pour mieux comprendre, nous pouvons nous aider du schéma ci-dessous,

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

4



Une fois que les industriels se seront accordés sur une technologie standard et que les téléphones seront équipés de la technologie DVB-H (premiers lancements commerciaux prévus pour courant 2006), les réseaux téléphoniques n'auront plus à être utilisés et la qualité de réception sera accrue. Pourra être alors envisagé un arrêt de la télévision « en continu » et le départ des contenus spéciaux comme des émissions, ou des chaînes, totalement adaptées au format d'un téléphone. Mais auparavant, qu'en est-il des contenus proposés actuellement à ceux qui possèdent un téléphone 3^{ème} génération (3G), spécialement conçus pour recevoir de la vidéo ?

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4^{ème} écran pour les enfants ?

5

B. En termes de contenu

Même si notre problématique se concentre autour de la télévision sur mobile, nous allons présenter également les deux autres formats de vidéo disponibles sur un téléphone car le plus souvent, les contenus ont un rapport direct avec ce qui est diffusé à la télévision.

Actuellement, trois principaux formats dominent le marché :

- La télévision en continu
- Les vidéos à la demande (VOD)
- Les MMS vidéo

✓ La télévision en continu

Ici, nous l'avons compris, il s'agit de recevoir les chaînes de télévision en temps réel. Actuellement, plus de 65 chaînes sont déjà disponibles sur un téléphone portable et elles se scindent en huit catégories résumées dans le tableau ci-dessous :

Catégories	Nombre de chaînes	Exemples
<i>Généralistes</i>	17	France 2, 3, 4, 5, Canal +, Paris Première,...
<i>Loisirs</i>	11	Comédie, Cuisine TV, Canal J,...
<i>Informations</i>	10	I-Télé, Public Sénat, Euronews,...
<i>Musique</i>	10	MCM, M6 Music Hits, Fun TV,...
<i>Culture</i>	6	Encyclopédia, Planète,...
<i>Découverte</i>	6	Animaux, Chasse et pêche,...
<i>Cinéma</i>	4	Ciné polar, Cinécinéma info,...

Source : Magazine des services mobiles (voir annexe 1 p 39)

Remarque : Liste recensant les chaînes pouvant être reçues en Décembre 2005.

A noter que regarder ces chaînes reste assez inconfortable et qu'à l'avenir, la tendance sera de proposer des émissions adaptées au format du téléphone comme c'est déjà le cas pour les vidéos à la demande.

✓ *Les vidéos à la demande*

Le plus souvent sous la forme de vidéo d'une durée relativement courte (2 à 3 minutes), il s'agit de proposer au consommateur des vidéos pouvant être commandées à l'unité ou par forfait. C'est le cas par exemple de la série à succès « Lost, les disparus » (diffusée sur TF1 pendant l'été 2005 battant tous les records d'audience) rebaptisée pour l'occasion « Lost video diaries ». Cette série a été entièrement retournée avec les mêmes acteurs pour pouvoir proposer un contenu adapté au format de l'écran d'un téléphone. En effet, les 22 épisodes de 2 minutes chacun sont quasiment uniquement constitués de gros plans pour qu'une personne regardant cette série puisse voir tous les détails. En effet, des plans larges ou des plans d'ensemble n'auraient pas d'intérêt car on ne verrait rien.

C'est également le cas pour l'autre série à succès « 24 heures chrono » dont le concept était de diffuser 24 épisodes d'une heure (soit 24 heures) à la télévision. Pour le téléphone, c'est 24 épisodes d'une minute qui ont été spécialement réalisés. Disponibles à 1€ l'unité ou 9€ les 24, on trouve, là aussi, que des gros plans comme peut le montrer la comparaison entre la série TV et la série téléphone ci-dessous,

24 : La conspiration Diffusion sur téléphone mobile	24 heures chrono Diffusion sur télévision
	
<p>Seuls textes de la série sur téléphone : le titre en gros en plein centre</p>	<p>Texte défilant sur l'écran de télévision. Impossible à lire sur un téléphone</p>
	
<p>Ce plan américain est le plus lointain qui est filmé pour le téléphone</p>	<p>Mise en scène de réalisation avec écrans coupés pour la télévision. Impossible à voir sur téléphone</p>
	
<p>Le gros plan est constamment utilisé pour le téléphone. Il y a également très peu de scènes où la lumière est faible.</p>	<p>Même remarque, un plan comme celui-ci est inexploitable sur un téléphone, on ne reconnaîtrait pas le personnage</p>
	
<p>Gros plan sur cette carte d'identité pour que la personne puisse lire le document facilement.</p>	<p>Ici, la lumière est assez faible, ce qui n'est pas gênant pour le téléspectateur, par contre pour une diffusion sur un téléphone...</p>

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

Pour une meilleure illustration, vous pouvez vous reporter au Cd joint en troisième page de couverture où vous est présenté dans un fichier intitulé « 24h Chrono - TV », l'épisode 1 de la série diffusée à la télévision et dans un second fichier (« 24 : la conspiration - mobile), les six premiers épisodes de la série diffusés sur mobile.

Ce format, particulièrement adapté à un téléphone, peut également concerner des flashes infos, la météo ou des scènes humoristiques comme par exemple « le best of de Vidéo Gags ».

✓ *Les MMS vidéo*

Dernière forme de format de vidéo disponible sur un téléphone, il s'agit de contenus très courts (environ 20 secondes). Il peut s'agir soit de petites vidéos filmées avec son téléphone que l'on peut envoyer via mail vers un téléphone compatible (catégorie qui ne concerne pas notre problématique) ou de mini-vidéos que l'on peut télécharger après s'être abonné à un service thématique. Par exemple, nous pouvons imaginer que l'on puisse s'abonner à la thématique « football » et recevoir les plus beaux buts de la ligue 1. Notons que ce format s'écarte quelque peu de la diffusion de télévision sur téléphone.

C. Exemple d'Orange et SFR

Pour être plus concret, nous avons décidé de présenter brièvement les offres des deux premiers opérateurs téléphoniques mobiles français pour répondre à la question suivante : au début du mois de février 2006, qu'est ce que l'on peut regarder sur son téléphone ?

✓ *Orange Intense*

Orange Intense est le nom du forfait qui comprend la possibilité de regarder la télévision sur son téléphone et en quelques points, nous pouvons voir que Orange propose :

- 50 chaînes de télévision (entièrement gratuites et illimitées le week-end de 21h30 le vendredi soir à 08h00 le lundi matin.
- La possibilité de choisir le « pass multimédia » permettant de regarder hors week-end 1h/mois extensible à 73 heures maximum par mois pour une somme de 10 à 30 euros hors coût du forfait et des options
- Plus de 2000 vidéos à la demande (formats 2 à 3 minutes) sur le portail Orange World Vidéo avec une mise à jour hebdomadaire de 400 vidéos

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

8

✓ *SFR aussi agressif*

Le deuxième opérateur français a su également surfer sur la tendance puisqu'il propose pour 7€ TTC (hors coût de trafic soit 12€) :

- 44 chaînes de télévision au total
- Le bouquet canal satellite qui comprend 26 chaînes dont Ciné Cinéma info, CNBC, Comédie, Cuisine TV, L'équipe TV, Game One, I>Télé, Jetix, Planète et une chaîne spécifique aux téléphones 3G, Discovery Channel.
- Les émissions « en clair » de Canal +
- Et de nouvelles chaînes prévues pour ce début d'année 2006

En conclusion, nous pouvons voir que l'offre semble être relativement complète et que les opérateurs ont compris l'utilité de se positionner sur ce marché. Le troisième opérateur Bouygues Telecom reste un peu en arrière avec 14 chaînes au total.

II. Le comportement de l'offre

Si pour le moment, ce sont les opérateurs qui se placent en première ligne sur le marché, il est probable que la situation évolue dans les années à venir surtout quand la télévision sur mobile ne sera plus diffusée via leurs propres réseaux mais via les réseaux hertziens. Par conséquent, nous allons ici dresser un portrait du comportement de l'offre à savoir dans un premier temps, la prise de conscience du potentiel de ce marché et dans un second temps, les mutations que celui-ci pourrait connaître à l'avenir.

A. TV sur mobile : un enjeu pour tous

Deux acteurs principaux sont en passe de se positionner de plus en plus sur ce marché en l'occurrence : les chaînes de télévision et les sociétés de productions privées. C'est pourquoi, nous nous intéresserons principalement à ces deux cas.

✓ *Un intérêt indéniable pour les chaînes de télévision...*

La tendance est la suivante : créer sa propre chaîne de télévision sur téléphone mobile. C'est déjà le cas avec par exemple « M6 mobile by orange » qui propose entre autres des épisodes de la courte série « Kamelott » ou encore « la minute de Magloire », présentateur vedette de la chaîne.

En effet, si l'on prend le cas de M6, étant donné que cette chaîne n'a pas l'expérience sur ce marché et que ce n'est pas son métier de base, elle a fait appel à un opérateur qui maîtrise mieux le domaine et connaît les mécanismes mais à l'avenir, il est probable que les chaînes volent de leurs propres ailes car cela aurait plusieurs avantages en l'occurrence :

- se positionner sur un nouveau canal prometteur de diffusion
- conquérir de nouveaux consommateurs
- fidéliser ceux qui regardent déjà M6 par exemple en faisant le lien entre la chaîne TV et la chaîne mobile
- profiter d'un segment ayant un potentiel de rentabilité important dans le cas de l'utilisation d'une licence (en ce moment, une chaîne Star Academy serait à l'étude)
- créer des phénomènes de communauté autour de la chaîne
- acquérir un effet d'expérience

✓ *...mais aussi pour les sociétés privées*

Face au potentiel de ce marché, il n'y a pas que les chaînes de télévision ou les opérateurs téléphoniques qui veulent profiter de la tendance. En effet, les sociétés de production se lancent déjà à l'assaut du téléphone mobile.

En effet, comme nous l'avons évoqué avec les séries « Lost » ou « 24h Chrono », nous avons vu que les sociétés de productions tournent de nouveaux épisodes de ces séries à succès entièrement adaptées au format d'un téléphone. Mais autre exemple, la société Endemol, connue de tous, a annoncé au dernier MipCom 2005 de Cannes qu'elle envisage de lancer deux chaînes exclusivement sur téléphone portable à savoir Reality Channel (diffusion des émissions de télé réalité) et Comedy Channel (basée logiquement sur l'humour). Nous voyons donc ici que de nombreux acteurs prennent conscience du potentiel de ce marché qui est encore en phase de lancement. Tout laisse penser que dans les années à venir, ce dernier connaîtra de nombreuses évolutions.

B. Vers une mutation certaine du marché

La principale mutation du marché et le rapprochement voire la fusion d'entreprises pour se positionner sur le segment. En effet, les entreprises conjuguent leur savoir-faire pour être prêt à investir nos mobiles.

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

10

Par exemple, à l'heure du lancement prochain de la technologie DVB-H (pour désencombrer les réseaux téléphoniques et utiliser les hertziens rappelons le), les sociétés Nokia, Intel, Motorola, Texas Instrument et Modéo se sont alliés en lançant la « mobile DTV alliance », sorte de convention autour de la TV sur mobile. Autres rapprochements, ceux de Canal +, SFR, Towercant et encore Nokia mais aussi France Telecom, Bouygues, TPS, Orange et Bouygues Telecom ou encore Samsung Electronics et Deutsch Telekom.

Nous voyons ici que l'enjeu est international et que les entreprises couplent leurs expériences à la fois entre opérateurs (Orange, SFR, Bouygues Telecom, France Telecom,...), chaînes de télévision (Canal +, TPS), fabricants (Nokia, Samsung), technologie de pointe (Intel, Texas Instrument,...) mais aussi de puissants groupes financiers (Bouygues,...).

Enfin, dernier facteur qui peut influencer considérablement et accélérer le processus, c'est le soutien des gouvernements. A l'heure actuelle, nous savons que le gouvernement français a annoncé sa volonté de porter le projet sur le long terme.

Par ailleurs, l'arrivée de nouveaux entrants semble imminente comme par exemple des sociétés travaillant en relation avec Internet. L'objectif étant notamment de coupler les deux en regardant par exemple un clip sur son téléphone puis de dériver vers un site web pour acheter le Cd.

Enfin, la concurrence entre fournisseurs de contenus semble s'annoncer très dure étant donné le nombre d'acteurs souhaitant pénétrer le marché.

III. Le comportement de la demande

Etant donnée la « fraîcheur » de ce marché, peu de données précises sont disponibles quant à la réaction de la demande mais on peut légitimement penser qu'étant donné, comme nous l'avons expliqué, l'engouement de l'offre, celle-ci a déjà exprimée clairement le besoin aux yeux des constructeurs, de leur volonté à regarder la télévision sur un téléphone portable. C'est pourquoi, nous allons exposer les différentes informations d'un point de vue quantitatif puis qualitatif.

A. Regard quantitatif

Selon une étude menée par Nokia en Allemagne (contexte se rapprochant de la France), 80% des consommateurs attendent ce service sur leur téléphone et seraient prêt à dépenser jusqu'à 10€ pour en bénéficier.

Par ailleurs, nous savons déjà que chez SFR, la TV sur mobile est utilisée par plus de 52% des abonnés avec une moyenne de 10 sessions par mois. Chez Orange, 1 million d'abonnés utilisent la 3G mais il s'avère que 30% des utilisateurs restent freinés par la complexité de navigation. Toutefois, les abonnés du premier opérateur français consultent 500 000 fois par semaine à hauteur de 35 minutes de connexion par mois.

B. Regard qualitatif

En matière d'habitude de consommation, nous savons que 50% des gens qui se connectent au mode vidéo de leurs téléphones le font pour regarder la télévision (rappelons qu'ils ont le choix entre la TV, la vidéo à la demande ou aux MMS vidéos) et 69% d'entre eux le font pour être informés en temps réel.

Par ailleurs, étonnamment, 43% s'abonnent pour accéder à des chaînes qu'ils n'ont pas chez eux et 54% les regardent chez eux, 44% le font dans des lieux publics.

IV. TV sur mobile : des zones d'ombres subsistent

Bien que le marché est sur le point d'exploser en termes d'offre, de contenus ou de demande, la technologie connaît des points faibles que nous allons exposer dans cette partie.

A. Contraintes techniques

Techniquement, les problèmes que connaît aujourd'hui la TV mobile sont les suivants :

- une **saturation des réseaux des opérateurs** (tant que le DVB-H ne sera pas installé) lorsque les utilisateurs se connectent en grand nombre et en même d'où une altération de l'image ou de la rapidité d'accès
- une **consommation d'énergie importante** qui nécessite donc l'augmentation des batteries qui équipent les téléphones (ce qui a pour incidence directe une augmentation du prix de l'appareil)
- autre facteur d'augmentation de prix : le passage à la technologie DVB-H en 2006 qui nécessitera que son téléphone soit équipé d'une puce DVB-H

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

12

- **des contenus encore non adaptés** car les images correspondent à celles diffusées sur un téléviseur traditionnel. Par conséquent, problèmes de perception des détails,...
- des portables équipés **d'écrans trop petits** qui empêchent le confort d'utilisation.

Notons que si nous prenons point par point les problèmes ci-dessus, nous savons déjà qu'ils seront résolus dans les mois à venir. Pour exemple, vous trouverez ci-dessous les téléphones « nouvelle génération » qui permettront de recevoir dans des conditions « optimales » la télévision sur son mobile :



B. Contraintes environnementales

La question soulevée majoritairement dans l'ensemble des recherches que nous avons pu effectuer est la suivante : qui aura la charge de faire respecter le droit, d'imposer des règles d'utilisation et/ou de représenter l'organe de contrôle de la TV mobile : est-ce le rôle de l'opérateur téléphonique qui assure la diffusion de l'image sur le téléphone ou du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel qui le fait en ce qui concerne la Télévision « traditionnelle ».

Par ailleurs, pour développer cette technologie, le besoin de libérer les fréquences analogiques se fait ressentir, or, contrairement à d'autres pays, le gouvernement français n'a toujours pas imposé de date pour basculer toutes les chaînes en numérique alors que d'autres gouvernements, en donnant une date butoir, a ainsi obligé les chaînes à prendre leurs dispositions.

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

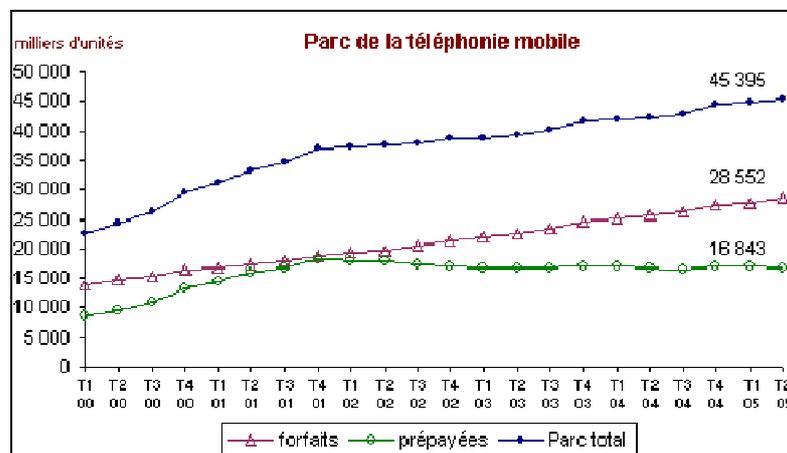
Toutefois, comme nous l'avons signalé en fin du précédent paragraphe, étant donné que les enjeux sont importants, la situation arrivera sans doute à se débloquer. Toutefois, est-il nécessaire de développer si rapidement et de façon si large la TV sur mobile ? A-t-on réellement besoin de ce nouveau service ? et qui plus est, sur un téléphone ? Les enfants seront-ils pris comme cible principale de ce mouvement étant donné l'essor des chaînes de télévision spécialisées (+ de 25 actuellement) ? A ce sujet, après avoir photographié le panorama de la TV sur mobile, nous allons étudier le degré d'utilisation du téléphone portable par les enfants.

Partie 2 : L'enfant et son téléphone portable

I. Le téléphone portable : un véritable phénomène de société

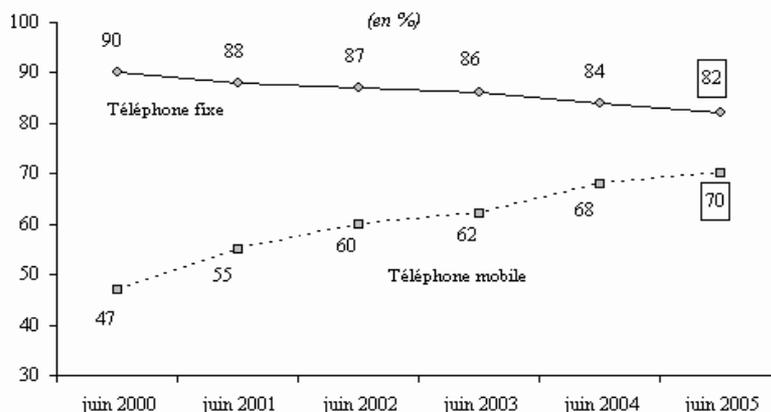
A. *Une diffusion très rapide*

Depuis son lancement en 1992, la téléphonie mobile a connu un essor sans précédent. En une quinzaine d'années, le mobile est entré dans la vie quotidienne de trois Français sur quatre, soit plus de 45 millions d'utilisateurs. Aujourd'hui, 72% des Français sont équipés. Les chiffres ci-dessous rendent compte de la vitesse de diffusion du téléphone mobile en cinq ans.



En juin 2005, 82% des adultes disposent d'au moins une ligne de téléphone fixe à leur domicile. Cette proportion ne cesse de diminuer depuis quelques années : elle était de 90% en 2000, et encore plus élevée avant que le téléphone mobile ne fasse son apparition sur le marché français.

Taux d'équipement des adultes (+ de 18 ans) en téléphonie fixe et mobile



Source CREDOC : Enquêtes " Conditions de vie et Aspirations des Français ".

Ainsi le taux d'équipement ne cesse d'augmenter et les adolescents âgés de 15 à 17 ans en sont les principaux utilisateurs. En effet un sondage réalisé par TNS Sofres, en août 2005, révèle que 94% des 15-17 ans possèdent un téléphone mobile.

On remarque aussi que les jeunes acquièrent un téléphone mobile de plus en plus tôt. Dès l'âge du collège, voire du CM2, vers 10 ou 11 ans, certains, pour faire comme les grands, demandent à en avoir un. Souvent, les parents les équiper d'office pour se rassurer si leurs enfants fréquentent une école loin du domicile ou prennent les transports en commun. Aujourd'hui, à la fin du collège et au lycée, ils ont presque tous un portable en poche et au final les moins de 18 ans représentent environ 10 % de la clientèle des opérateurs. Un chiffre qui ne fait que progresser.

Une étude Online Kids de TNS (2004) a été réalisée auprès de 200 000 enfants âgés de 5 à 15 ans, en Allemagne, aux Etats-Unis, en France, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni et en Suède. Il en ressort que 50% des enfants interrogés possèdent un téléphone portable. Les principaux utilisateurs restant les adolescents, nous nous focaliserons, par la suite, davantage sur cette cible pour mener à bien notre étude.

Comme le montre l'étude TNS Sofres, les utilisateurs de mobile sont équipés depuis 5,5 ans en moyenne; 37% se sont équipés au cours des 4 dernières années, ce qui traduit bien une rapidité de diffusion et d'équipement d'un outil de communication, sans précédent.

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

De plus les utilisateurs ne possèdent pas seulement un téléphone portable. Les anciens téléphones sont conservés, même s'ils sont plus ou moins défectueux. La plupart des personnes ayant un téléphone mobile est d'accord sur le fait qu'un ancien mobile ne se jette pas. En moyenne, les utilisateurs ont déjà possédé 3,2 mobiles. On remarque que ce turnover est d'autant plus élevé que le consommateur est jeune.

Quant au choix du téléphone, on constate aujourd'hui que la plus-value technologique n'est pas un critère important; les acheteurs qui conservent leur téléphone plusieurs années, sont principalement sensibles à l'aspect financier et à la praticité globale du téléphone : facile à utiliser, avec une bonne autonomie et ni trop lourd, ni trop gros. Le mode de consommation n'est donc ni impulsif, ni un achat-plaisir ou image. Les 15-24 ans se distinguent légèrement sur trois points, ils sont en effet, plus sensibles au prix en premier critère et prêtent plus d'attention au design, le portable étant pour eux un accessoire d'image. Enfin ils sont moins sensibles à la facilité d'utilisation que leurs aînés, puisque le téléphone est un outil de leur génération.

B. Différents modes de communication

Ici, nous distinguerons deux fonctionnalités principales à savoir l'appel et le SMS,

✓ L'appel

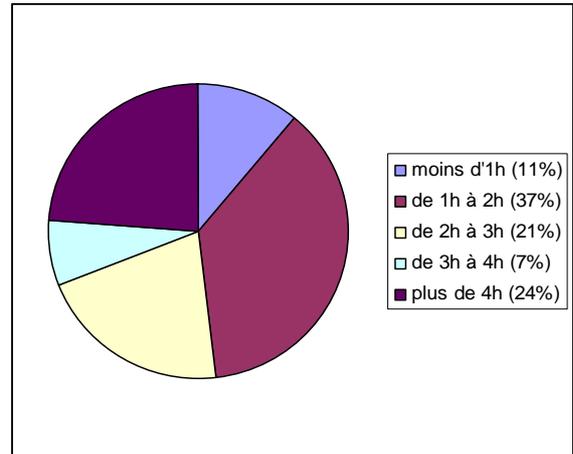
Comme nous l'avons vu précédemment, 90% des jeunes de plus de 14 ans, possèdent aujourd'hui, un téléphone portable. Les jeunes téléphonent en moyenne 3h52min par mois. Les garçons sont les plus gros consommateurs, avec 4h42min en moyenne, quand ils ont un téléphone contre 3h29min pour les filles.

On peut distinguer trois types de consommateurs :

- Le consommateur moyen représente la majorité des jeunes, soit 65%. Ils consomment entre une et quatre heures de téléphone par mois, soit une moyenne de 1h37. On constate que 25% d'entre eux participent systématiquement au paiement de leur facture et 19% de temps en temps.

- le petit consommateur représente, quant à lui, 11% des jeunes. La moyenne de temps passé au téléphone est d'environ 30min.

- enfin le gros consommateur représente 24% des jeunes. Ceux qui font partie de cette catégorie passent en moyenne 11h38 au téléphone. Ce sont les garçons qui consomment le plus : 15h45 contre 9h49 pour les filles.



✓ Le SMS

Au-delà de l'appel, le SMS est aussi une pratique de plus en plus répandue. Les 15-24 ans sont les principaux utilisateurs de ce moyen de communication. Ils envoient en moyenne plus de 31 SMS par mois. En juin 2005, ce sont plus de 3,1 milliards de SMS qui ont été envoyés. Plus récemment, on a recensé plus de 35 millions de SMS échangés pour le nouvel an. Ces chiffres révèlent ainsi le succès de ce mode de communication.

C'est une nouvelle façon de dialoguer, en se répondant successivement un nombre interminable de fois, qui semble bien adoptée par les jeunes utilisateurs. La réception du message est quasi instantanée et la réponse bien souvent aussi, comme une nécessité. Les jeunes préfèrent recourir à ce mode de communication car la possibilité de contacter l'autre relève de la spontanéité, du désir, de l'impulsion voire de la fantaisie et ne saurait attendre. Les messages autorisent donc une extériorisation des émotions et de l'intimité. On peut, à n'importe quel moment et sans contrainte sociale, tout dire, des choses sans importance, exprimer des choses que l'on n'arriverait pas à formuler à l'oral... D'autres évoqueront leur appréhension du média téléphone, avec les « blancs » de la conversation.

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

La dimension ludique, qui permet de déjouer les codes sociaux en vigueur, apparaît clairement : il est possible de communiquer hors des temps socialement dévolus aux conversations téléphoniques. Certains ne cacheront pas leur jubilation d'être réveillés en pleine nuit par des messages. Un nouveau langage codé est alors créé.

Paradoxalement, cette extériorisation de l'émotion ne va pas sans un certain retrait de l'intimité qui participe à la création de nouveaux codes sociaux : les messages constituent une marque d'attention envoyée à l'autre, mais de façon discrète, alors qu'un appel risquerait de déranger, notamment dans l'espace public. Les texto permettent aussi de joindre directement la personne, sans risque d'interception par un tiers, ce qui justement autorise cette extériorisation de l'intimité, ou de ces secrets. De façon plus neutre affectivement mais non moins ludique, les messages sont aussi utilisés dans un souci de micro-coordination pour organiser les rencontres.

Ainsi les messages favorisent l'expression identitaire, tant individuelle que sociale, et nous allons voir un peu plus tard que l'objet téléphone, en tant que tel, sert aussi d'ancrage à cette même identité.

C. Une utilisation différente selon les âges

Outre ses différents modes de communication (appel, SMS, MMS...), le téléphone mobile est perçu comme un objet multitâche. En effet le mobile rassemble de nombreuses fonctionnalités qui ne seront pas utilisées de la même façon suivant l'âge du consommateur. Il peut donc polyvalent, puisqu'il rend possible une multiplicité d'usages non téléphonés : réveil, agenda, calculatrice, montre, appareil photo, jeux, caméra, radio... on constate cependant que ce sont principalement les jeunes âgés de 15 à 17 ans qui utilisent le plus ces fonctions. Il peut être considéré comme le « couteau suisse » de ces adolescents, comme le souligne l'étude TNS Sofres :

- Plus des trois quart se servent de leur portable comme réveil, calculatrice, alors qu'ils ne sont qu'une minorité chez les plus de 40 ans.
- Chez les 15-17 ans, 6 sur 10 prennent des photos et plus de 4 en envoient, tandis qu'ils sont seulement 2 sur 10 chez les 40-59 ans à prendre des photos et 1 sur 10 à en envoyer.

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

19

- Concernant la musique, l'écart est encore plus frappant : 38% des 15-17 ans écoutent de la musique avec leur mobile contre 1% de leurs parents.
- Enfin, 29% des 15-17 ans consultent des sites Internet (contre 6% des 40-59 ans) et 9% chattent sur leur mobile (contre seulement 2% de leurs parents).

Le téléphone portable devient donc un compagnon de route indispensable que la plupart des jeunes manipulent dans les moments d'attente pour occuper le vide : ils le remettent en action, ouvrent leur répertoire, relisent des texto, activent une fonction, regardent l'heure, ou tout simplement le tiennent dans leurs mains... Ces usages sont autant de nouvelles ressources dont les jeunes disposent pour assumer leurs apparences en public, au travail comme dans la foule anonyme.

On observe alors un paradoxe : alors qu'il s'agit avant tout d'un téléphone, ce sont avant tout les usages non téléphonés qui rendent le mobile précieux aux yeux de leurs utilisateurs. Ils reflètent pour eux la relation toute personnelle que les jeunes entretiennent avec leurs portables.

Le téléphone mobile possède une sédentarité qui lui est propre, notamment dans l'univers privé : l'espace de la maison. Il est tellement intégré dans l'environnement quotidien que certains finissent, consciemment ou non, par lui attribuer une « place ». Cet emplacement domestique est souvent lié à celui du chargeur, des clés, du sac. Le téléphone portable trouve donc une place à côté des autres petits objets quotidiens.

Il fait même l'objet de rituels domestiques significatifs : l'allumer au réveil signe le début d'une journée ; l'éteindre avant d'aller se coucher signe la fin de la journée. Ces rituels sont moins fréquents chez les jeunes car beaucoup gardent leur portable allumé 24h sur 24.

II. Quelle vision du téléphone mobile ?

A. Un outil complexe

Quatre points seront développés ici à savoir que le téléphone est, à la fois, un outil de communication, un outil « individualiste », de discours et un outil indispensable pour les utilisateurs.

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

20

✓ Un outil de communication

Pour la plupart des utilisateurs, le téléphone mobile est avant tout un outil de communication pratique. Cette tendance confirme la nature du mobile dont l'utilité est liée avant tout à l'idée de communication, de rapport avec l'autre. Le téléphone mobile est bien un outil de rapprochement qui donne aux répondants le moyen de savoir, de suivre leurs proches. Le fait de pouvoir communiquer en toutes circonstances et à tout moment constitue l'utilisation principale du portable pour la majorité des 15-24 ans, mais c'est aussi un moyen d'appeler en cas d'urgence. C'est alors un outil de confort qui permet de réduire l'incertitude en maintenant le contact avec son interlocuteur. Les plus jeunes utilisent leur téléphone portable pour joindre leurs parents et les rassurer sur leur emploi du temps.

✓ Un outil « individualiste »

Le téléphone portable s'inscrit dans la lignée des produits nomades qui permettent aux individus de s'autonomiser par rapport aux savoirs et aux temps collectifs. Ces nouveaux objets participent à ce mouvement de miniaturisation des techniques permettant une autonomie et une mobilité toujours plus grande. Le mobile est donc un instrument qui permet de gérer librement son réseau de relation. Cela rejoint la tendance à l'individualisation, la privatisation des outils de communication. Le mobile est un outil de maintien de la relation plus que de transmission de contenu qui permet de dépasser les contraintes géographiques (où je veux), mais aussi les contraintes horaires (quand je veux).

✓ Un outil de discours

En plus d'être un moyen de communication, le téléphone mobile est aussi un objet de discussion. Il a en effet une double identité. On parle au téléphone et surtout, on parle du téléphone. Les utilisateurs passent ainsi beaucoup de temps à commenter les conditions de leur propre conversation. Ils ne cessent de demander si ça capte, s'ils dérangent, où est leur interlocuteur, etc. On constate alors que le contenu de la communication mobile fait souvent référence au téléphone lui-même. En quelque sorte, on se sert du portable pour en parler.

Par exemple, la question « T'es où ? » est la plus souvent posée au début d'une conversation avec un téléphone mobile. Cette forme de communication souligne le fait qu'il s'agit moins de donner une information importante à son interlocuteur que d'entrer en contact avec lui. Mais la question a aussi une autre signification : il permet aux interlocuteurs de s'informer des conditions d'échange. Savoir où l'autre se trouve permet de déterminer ce qu'on va lui dire et de quelle manière. C'est pourquoi on remarque que le contenu de ce qui se dit, n'est jamais tout à fait indépendant des circonstances.

✓ *Un outil indispensable*

Pratique, indispensable, le téléphone mobile est ainsi le second objet, après les clés de maison, dont on vérifie la présence sur soi avant de quitter son domicile le matin. Cette tendance touche plus particulièrement les gros consommateurs et notamment les jeunes âgés de 15 à 24 ans qui ont tendance à vérifier automatiquement et prioritairement la présence de leur téléphone mobile avant de sortir de chez eux. Le téléphone est donc devenu pour beaucoup une véritable prothèse, dont l'oubli ou l'absence entraîne bien souvent un total désarroi et cette question fatidique : "Comment a-t-on pu vivre sans portable ?".

B. Les comportements face au téléphone portable

Des comportements semblent se mettre en place autour du mobile. Il y a apprentissage de la « joignabilité », mais aussi de « l'injoignabilité » ainsi qu'un apprentissage des situations à travers des arbitrages faits en un temps record pour décider ou non de prendre un appel reçu. En effet, on ne décroche pas systématiquement, en ignorant son entourage. Mais il est également acceptable de décrocher dans un contexte d'échange social, que ce soit dans le cercle privé ou dans le milieu professionnel. Il existe, enfin, une certaine tolérance ou compréhension à l'égard de ceux qui répondent quand ils reçoivent un appel. Une tolérance dont le niveau varie en fonction de la situation. Une compréhension qui sera d'autant plus forte que l'appel reçu n'est pas en décalage avec la situation vécue.

Dans l'ensemble, les discours autour du téléphone sont très positifs et portent essentiellement sur les idées de fluidité et de liberté, et ceci à trois niveaux :

- une fluidité quotidienne de la communication : « on peut parfaitement gérer le portable, c'est ça qui est bien. Tu filtres, tu mets sur vibreur, tu fais comme tu veux... »
- une communication facilitée : « un petit SMS, et hop, c'est génial, c'est comme ça qu'on se retrouve entre copines... Et puis on peut s'appeler tard entre amis, on est sûr de ne pas déranger ! »
- une sécurité familiale et affective : « savoir que ma fille peut m'appeler dès qu'elle a besoin de moi, ça n'a pas de prix. »

Les jeunes ne tiennent pas dans l'ensemble, pas de discours critique à l'égard du téléphone portable.

Enfin on constate un certain décalage entre les discours et les faits autour du mobile. Il est dit que le portable a changé nos vies en profondeur. Or il ne fait que prolonger des usages déjà installés dans nos habitudes quotidiennes. Il ne s'agit pas d'une transformation radicale, mais d'une évolution des comportements que le mobile favorise ou accompagne.

III. [Enfant-téléphone mobile : reflet de son identité](#)

A. Un objet personnel

Le téléphone mobile se distingue du fixe du foyer. En effet il est rarement éteint chez les jeunes, toujours à portée de main, voire près du corps, y compris la nuit, pour pouvoir le sentir vibrer ; il est regardé et consulté en permanence, et de façon quasi-réflexe, à la sortie des cours. En ce sens, il s'intègre aux habitudes incorporées, constitutives de l'identité. Il est de plus en plus personnalisé en fonction de l'utilisateur. On assiste en effet à une forte personnalisation, qui est double :

- Personnalisation externe : il s'agit de tout ce que les autres peuvent voir ou entendre de l'extérieur. Elle concerne les apparences. Apparences du mobile (coque, stickers, fond d'écran...) ou de ses fonctions (lumières, sonneries...) mais aussi apparences du jeune lui-même : certains portent ainsi leur portable autour du cou, comme une parure ou un bijou.

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

- Personnalisation interne : elle est plus subjective et donc moins directement visible. Elle n'est pas destinée à être vue par tous. Ainsi le jeune personnalise son téléphone portable en conservant certains SMS, certaines photos, en classant ses contacts dans une liste plutôt que dans une autre, en leur attribuant ou non un prénom, une photo, une sonnerie.

C'est en quelque sorte une signature, un moyen de s'identifier par rapport aux autres. Il peut même être personnifié, sorte de confident / ami. On peut le comparer à un objet transitionnel, qui permet de s'affranchir de la relation fusionnelle avec la mère par une différenciation progressive entre le moi et le non-moi, le dedans et le dehors. En ce sens, il participe de la construction, jamais achevée, de l'identité individuelle.

Si le téléphone portable est très personnel, il est aussi objet d'échange, à propos duquel on échange : tous les jeunes savent quel est le type d'appareil de leurs amis proches, quel type de forfait ils utilisent, parfois combien il leur reste de crédit. Si les logos et sonneries personnalisent l'objet, ils sont aussi fréquemment échangés. De même, il existe une certaine solidarité (objet prêté au copain qui n'a plus de crédit ou rappeler celui qui « bipe »). Le téléphone mobile est donc un objet de partage : l'adolescent fait défiler les images et les messages, fait essayer son portable, l'utilise comme un micro pour faire partager une ambiance... mais tout cela sous haute surveillance : le mobile reste à portée de main. Tous ces éléments définissent une sorte de communauté, à la création de laquelle on a participé et qui sert en retour de groupe de référence et de support d'identification. Ainsi bien que les jeunes échangent rapidement leur téléphone portable, on constate qu'il ne se prête pas à long terme, le téléphone étant trop personnel.

B. Un objet qui retrace la vie

Si le mobile reflète autant la personnalité de celui qui l'utilise, c'est aussi parce qu'il est intimement lié au déroulement de sa vie. Plus qu'un autre objet technologique, il joue le rôle de « témoin ». Les jeunes font spontanément la bibliographie de leur téléphone. Pour beaucoup, le premier portable devient un repère qui délimite clairement deux époques : « l'avant » et « l'après » portable. Ce lien très intime qu'entretiennent les adolescents avec leur téléphone mobile est mis en évidence dans le fait que ces derniers ne parviennent jamais à jeter cet objet qui est bien plus d'un simple outil.

Comme nous venons de le voir, le mobile joue un rôle de « témoin » mais qui est bien plus symbolique : non seulement il accompagne l'adolescent, mais il fixe photos, souvenirs, archives de SMS, contacts, sonneries, au point d'en devenir un album de vie. Grâce à tout ce que stockent les jeunes, un échantillon significatif de leur univers prend place dans leur téléphone. Une adolescente affirme « et ça me sert de rappels : je mets tout dedans, les dates des devoirs sur table, les baby-sittings, les anniv', tout. Sinon j'oublierais tout. ». Cela traduit bien le fait que les jeunes entretiennent une relation fusionnelle avec leur portable. La perte du téléphone est donc toujours très mal vécue et tout particulièrement chez les jeunes. La proximité fait ainsi redouter la perte de l'objet. Stock de souvenirs, dépositaire de preuves d'amour ou de marques d'affection, c'est un objet qui a plus de valeur que les autres.

Après la mise en évidence de la construction identitaire à laquelle participe le téléphone portable, il importe d'aborder la relation parents-enfant vis-à-vis de cet outil de communication.

IV. Enfants-parents : dépendance et contrôle social

Le téléphone mobile est un objet qui donne de l'autonomie à l'enfant mais c'est aussi un moyen pour les parents d'exercer un contrôle sur lui. En effet, les appels utilitaires vers les parents ainsi que le discours relatif à la gestion des coûts traduisent une dépendance à leur égard, complétée par un contrôle social directement exercé par ces mêmes parents via le portable.

A. Des appels utilitaires envers les parents

Dans les appels des jeunes adolescents vers leurs parents, ressort une dimension « utilitaire » : les jeunes disent solliciter leurs parents en cas de besoin, pour les trajets scolaires, mais aussi pour les trajets vers les diverses activités de loisirs (c'est le temps parental nommé « taxi »). En priorité, ils appellent la mère sur le fixe de la maison ou au travail. Ce besoin reflète bien la dépendance des jeunes vis-à-vis de leurs parents, mais sert parfois de première justification à l'achat d'un portable, qui correspond à un argumentaire commercial en termes de « besoin », face à des parents facilement culpabilisés. Il apparaît que les parents, avec le portable, se trouvent parfois à la merci d'un jeune auquel ils doivent répondre sur le champ. La notion de dépendance est donc réciproque entre l'enfant et ses parents, vis-à-vis du téléphone mobile.

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

25

B. Une gestion des coûts

Pour la prise en charge des coûts engendrés par le portable, la dépendance des jeunes est évidente. Ce qu'il est intéressant de comprendre, c'est comment elle se négocie. Si certains ont une consommation de leur crédit « boulimique », régie par le seul principe du plaisir, la fin du crédit annonce le retour du principe de réalité. Principe de réalité édicté par les parents : ils entendent maîtriser la consommation de leur jeune. Ils ont choisi pour lui les cartes prépayées ou les forfaits bloqués. Certains, plus rares, ont des forfaits non bloqués.

Chez la quasi-totalité des jeunes, le discours relatif à la gestion des coûts s'est révélé conséquent. Soit il résulte d'une intériorisation du discours parental, tel un interdit, soit il exprime le manque : nombreux sont ceux qui consomment rapidement leur crédit et se retrouvent alors coupés de leurs amis, jusqu'au prochain renouvellement, ce qui donne lieu à de nombreuses négociations avec les parents. Cette nécessaire gestion des coûts imposée par les parents détermine, sous la contrainte, des règles d'usage : envoyer des messages par souci d'économie, ou se résigner à utiliser le fixe du foyer, mais là encore, la sentence parentale resurgit avec le contrôle des factures détaillées, ou le verrouillage du fixe. Après la mise en évidence de cette relation de dépendance qu'actualise le portable, il importe d'en aborder une autre facette, à savoir le contrôle social exercé par les parents.

C. Un contrôle parental social

Le téléphone portable peut se transformer en un véritable instrument de contrôle social, par la traçabilité des identités et des informations qu'il génère. La moitié des mères des adolescents utilisent le portable comme outil de suivi éducatif, pour gérer à distance, mais surtout contrôler, les sorties: il s'agit de savoir où il est, avec qui, ce qu'il fait et surtout quand il rentre, ou le rappeler à l'ordre s'il est en retard.

Des enquêtes ont révélé que ce contrôle social est finalement accepté par le jeune, parce qu'il a su le retourner à son avantage : cette assurance, pressentie chez la mère, devient un élément avancé dans la négociation pour avoir un portable, ou sert d'argument dans la justification des pratiques. Ce devoir de prévenir est, là encore, parfaitement bien intégré par les jeunes, parce qu'il peut permettre de retrouver une certaine marge de liberté : prévenir d'un retard, c'est aussi parfois négocier une rallonge, voire une autorisation de sortie.

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

26

Certains parents refusent néanmoins ce qu'ils appellent cette mise devant le fait accompli, ceux-là mêmes qui préfèrent anticiper et utilisent moins le portable comme un outil de suivi éducatif à distance, en temps réel.

Ainsi comme nous avons pu le voir, il existe une génération « mobile » qui concerne essentiellement les jeunes âgés de 15 à 24 ans. Le téléphone portable devient indispensable et la relation que l'enfant avec cet objet est très forte.

Partie 3 : Vers un 4^{ème} écran pour les enfants ?

I. Description de la situation

A. *Qu'est-ce que les enfants peuvent regarder sur leur téléphone ?*

Les chaînes jeunesse ont envahi l'écran mobile depuis le lancement de la 3G l'année dernière. Les enfants équipés d'un téléphone portable compatible avec l'offre TV sur mobile, peuvent ainsi suivre leurs programmes préférés en continu. Nous allons ici présenter les chaînes présentes sur ce marché en pleine expansion : on en compte actuellement une quinzaine.

Les enfants ont aujourd'hui la possibilité de rester en contact avec la chaîne **Nickelodeon** tout au long de la journée via leur mobile. Cette chaîne, qui a inventé le concept même de chaîne entièrement dédiée aux enfants, est aujourd'hui la première chaîne pour enfants dans le monde. Elle offre aux enfants de 4 à 14 ans une grande variété de programmes : les célèbres héros animés tels que Bob l'éponge, Les Razmoket, des séries inédites, trois heures d'émission hebdomadaire et un téléfilm chaque semaine dont les héros sont les personnages incontournables de la chaîne. Ces programmes sont diffusés à partir de 6h le matin, et ceci en continu jusqu'à 22h et sont donc consultables sur les mobiles aux mêmes horaires.

Disney fait également son apparition sur le petit écran de poche. Avec ses quatre chaînes, l'offre Disney s'adresse aux enfants de 4 à 14 ans et à la famille.

- **Disney Channel** et **Disney Channel +1** proposent des magazines ludo-éducatifs, les grands classiques Disney, des films, des séries animées et fictions. La diffusion de ces chaînes est assurée 24h/24.
- **Toon Disney** diffuse quant à lui, des séries animées et des rendez-vous avec les enfants de 6h à minuit.
- Enfin **Playhouse Disney**, la chaîne des tout-petits propose des magazines ludo-éducatifs, des séries câlins et des histoires animées entre 6h et minuit.

Cartoon Network, chaîne de CanalSat, devient accessible sur le téléphone portable. Cette chaîne jeunesse destinée aux enfants de 4-10 ans offre une programmation de qualité pour tous les goûts des enfants. On y retrouve des programmes classiques comme Tom et Jerry, Scoubidou mais aussi des nouveautés : Foster, Supers Nanas, Hi Hi Puffy Amyumi. La chaîne diffuse ces cartoons 24h/24. Les enfants peuvent donc suivre leurs dessins animés en continu.

Tiji fait le bonheur des plus petits sur téléphone mobile. C'est une chaîne entièrement conçue pour les plus jeunes, c'est-à-dire âgés de moins de 7 ans. Cette chaîne est adaptée au rythme des enfants, sans violence et dans le respect de leur sensibilité. Elle propose aussi bien des programmes de divertissement que des programmes d'éveil adaptés à leur capacité d'attention. Les programmes phares de Tiji sont Dora, Charlotte aux fraises et les Frères Koala. Cette offre est aujourd'hui disponible via le téléphone portable, de 5h30 à minuit.

Les enfants peuvent aussi avoir accès à **Jetix**, autre chaîne jeunesse câblée, sur leur téléphone mobile. Cette chaîne se concentre essentiellement sur l'action et l'aventure : elle s'adresse aux enfants de 4 à 14 ans mais son cœur de cible reste les 6-12 ans. Elle offre des programmes variés : des programmes forts tels que Totally Spies, Sonic X, Pokemon, les Tortues Ninja, mais aussi des programmes innovants : Pucca. Jetix encourage la participation des enfants en intégrant des jeux et de l'interactivité dans sa programmation. La diffusion est continue.

Canal J arrive également sur les écrans de téléphone portable. Cette chaîne jeunesse s'adresse aux enfants de 7-14 ans. Ce qui fait sa force, c'est la diversité des programmes qu'elle offre aux enfants. On y retrouve aussi bien des dessins animés, des séries, des émissions ou des divertissements. De plus, Canal J est en interaction permanente avec l'enfant grâce aux émissions, au service interactif et au site web. Les programmes phares sont Titeuf qui est, rappelons-le, le personnage préféré des enfants, Martin Mystère et lap lap (grand show en public). Cette offre est diffusée entre 6h30 et 0h30.

Une autre chaîne jeunesse que l'on peut regarder sur son mobile est la chaîne **Ma Planète**. Cette chaîne a été conçue pour permettre aux enfants de découvrir tout en s'amusant. En effet, les enfants ont une curiosité insatiable, et les programmes proposés tentent d'y répondre, à travers des émissions telles que C'est pas sorcier, 100% curieux et Mon Kanar. La chaîne est accessible en continu.

Gulli qui vient de naître en novembre dernier, est déjà présente sur le marché de la TV sur mobile. Cette nouvelle chaîne jeunesse est destinée au plus grand nombre : elle propose une grande variété de programmes pour les enfants mais affiche sa différence par rapport aux autres chaînes jeunesse déjà existantes, en s'adressant également aux parents. Elle fait alors le bonheur des enfants à travers ses programmes d'animation et de fiction, le bonheur de la famille en diffusant des spectacles et documentaires et enfin le bonheur des parents grâce au magazine ADOS.

Game One, la chaîne TV des passionnés de jeux vidéo est maintenant disponible sur le téléphone portable. Les jeunes pourront donc suivre l'ensemble de la programmation à partir de leur mobile : des programmes clairs et accessibles aux débutants ou joueurs confirmés. Les deux principaux programmes de la chaîne sont Game Zone (le RDV quotidien sur l'actualité du jeu vidéo) et Level One (démonstration de niveaux de jeux). Game One est diffusée 24h/24 sur le câble.

Les enfants peuvent aussi visionner des mangas en continu sur la chaîne **Mangas TV**, mais aussi sur leur téléphone portable. En effet, cette chaîne 100% mangas est présente dans l'offre 3G. Les enfants pourront suivre les aventures de Dragon Ball Z, Ken le survivant, Cibersix ou encore Wolf's Rain.

A noter aussi l'arrivée de **Filles TV** sur les portables des adolescents. Cette chaîne s'adresse essentiellement aux filles. Elle diffuse aussi bien des séries, des fictions que des concerts et interviews de stars... Les programmes phares sont Kawaï (émission de libre antenne), Degrassi (série nouvelle génération) ou encore Being Eve (série). La plage horaire de programmation débute à 6h15 et s'arrête à 0h15.

Enfin **Tfou** tient aussi une place importante sur le téléphone mobile via l'opérateur Bouygues Télécom. La chaîne jeunesse de TF1 est une chaîne mini généraliste qui offre aux 4-10 ans une programmation très variée : des dessins animés issus de TF1, des fictions, des émissions de plateau avec le fameux Pancho Show, des programmes courts et une interactivité avec le site Tfou.fr.

Comme nous avons pu le voir, les enfants ont aujourd'hui accès à un grand nombre de chaînes jeunesse sur leur téléphone mobile. Ils peuvent ainsi suivre en permanence leurs programmes préférés qu'ils avaient l'habitude de regarder jusqu'à présent sur leur poste de télévision : Qu'en sera-t-il demain ? Quel avenir pour l'offre de télévision sur mobile destinée aux jeunes ?

B. Et demain ?

Il nous est difficile de déterminer de quoi sera faite l'offre de demain en termes de programmes jeunesse. A l'heure d'aujourd'hui, la quasi-totalité des chaînes jeunesse sont diffusées sur le téléphone portable. De nouvelles émissions vont se développer, les émissions de télé-réalité comme la Star'Ac vont être présentes sur ce marché et prendre de plus en plus d'importance. L'offre va devenir beaucoup plus complexe.

Cependant, la « vraie » télévision sur mobile pour les enfants n'est pas encore arrivée puisqu'il ne s'agit aujourd'hui que de « streaming » (diffusion de la chaîne TV en continu). A l'avenir, des programmes seront exclusivement conçus au format téléphone portable. Comme « Lost » ou « 24h la conspiration » les programmes seront adaptés et feront l'objet de programmes propres au mobile.

De plus, il sera possible pour les utilisateurs de téléphone portable de disposer d'un guide des programmes. Un système d'alerte par SMS sera mis en place pour tenir l'enfant informé de la diffusion prochaine d'une émission en fonction de ses centres d'intérêt.

Si l'on s'intéresse au cas Disney, on remarque que le groupe souhaite, du fait de son arrivée sur le mobile, étendre sa cible et toucher en plus des enfants, les Disney fans adultes qui raffolent de l'univers Disney. Dans une interview, Philippe Laco, président de The Walt Disney Company en France, déclare que le contenu sur le mobile sera régulièrement rafraîchi et sera personnalisable en fonction des préférences de l'enfant et de l'actualité du moment.

Ainsi nous pouvons dire que l'offre TV sur mobile de demain n'est pas encore clairement identifiée, compte tenu de la récence de ce marché. Cependant, elle semble être l'avenir pour les chaînes télévisées.

II. Comment la marque TFou se positionne-t-elle sur le marché ?

Afin de compléter notre réflexion, nous avons souhaité interroger un professionnel de façon à pouvoir enrichir notre travail (voir questionnaire en annexe 2 p 40). Nous nous sommes alors logiquement dirigés vers Mr Xavier CHAUVIN, Directeur de la chaîne TFou, que nous avons rencontré au C.E.P.E lors d'une intervention et qui avait évoqué le sujet d'impliquer la chaîne TFou sur téléphone mobile. C'est au final, Melle Caroline, Responsable des Développements Interactifs de la chaîne (VOD, mobile,...) qui nous a répondu (voir annexe 3 p 42).

Malheureusement, étant donné une surcharge de travail pour eux à cette période, nous n'avons pu avoir l'intégralité des réponses au questionnaire posé (voir annexe 4 p 44). Une autre raison, qui vient compléter ce que nous disions en amont de cette partie, c'est que la chaîne TFou n'a pas « énormément de données à ce jour et surtout une assez courte expérience ». Toutefois, les éléments de réponses recueillies vont tout de même nous permettre de voir comment se comporte aujourd'hui un professionnel vis-à-vis de ce secteur porteur.

✓ TV sur mobile pour TFou : poids mort pour la rentabilité mais vache à lait pour la diffusion de la marque

Pour la chaîne jeunesse de TF1 diffusée sur TPS, se placer fortement sur le segment de la TV sur mobile n'est pas une priorité en termes de rentabilité car ils n'y voient pas ici une grosse source de revenus. En effet, étant donné que les contenus diffusés sont les mêmes que dans un téléviseur de salon, la rentabilité reste la même.

Toutefois, cet avis serait certainement différent si des annonceurs spéciaux pouvaient choisir entre télévision et téléphone, TFou aurait alors deux sources de revenus publicitaires.

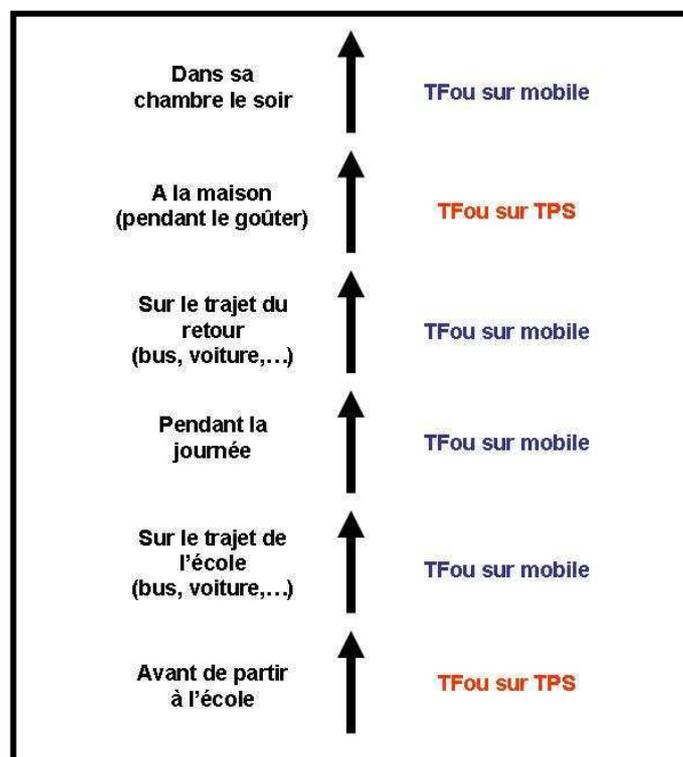
Par ailleurs, en termes de diffusion et de communication autour de la marque, l'enjeu est fondamental. La marque trouve ici un deuxième canal de diffusion que l'enfant a dans sa poche ou dans son sac. Plus besoin d'attendre que l'enfant rentre de l'école pour pouvoir augmenter l'audience de la chaîne car grâce au téléphone, il peut regarder TFou à la récré, en attendant le bus ou en rentrant chez lui bref...à n'importe quel moment de la journée.

La diffusion de la chaîne sur téléphone est alors très prise au sérieux car cela permet « d'ajouter une corde à l'arc » de TFou et étendre son champ d'action : après la télévision et Internet, TFou est présent sur le téléphone.

✓ *TV sur mobile pour TFou : une cible à fidéliser et une autre en ligne de mire*

En plus de la multiplication des supports de diffusion, l'autre objectif primordial est la fidélisation de l'enfant voire...sa conquête.

Selon leurs termes, « le principal objectif de la diffusion sur mobile reste à ce jour la fidélisation des enfants ». Que faut-il comprendre ? Simplement, comme nous l'avons un peu évoqué, il s'agit d'avoir une continuité. Par exemple,



Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

Evidemment, ce schéma est volontairement « caricaturé » car de nombreux facteurs peuvent l'effondrer (vision de la TV sur le mobile des parents, contrôle des parents, activités annexes pendant la journée, trajet s'effectuant à pied,...). Toutefois, cette exagération est plausible et peut présenter comment un enfant peut être fidèle à une chaîne : en l'ayant à sa disposition à n'importe quel moment de la journée. Ceci n'est d'ailleurs pas contredit lorsqu'ils répondent à la question « Y a-t-il des différences entre le téléspectateur de TFou TPS et celui de TFou mobile ? » puisqu'ils nous évoquent les différences de contenu qu'il y aura (consommation sédentaire ou non, formats plus petits) et non de profil du spectateur.

Par ailleurs, TFou espère conquérir une deuxième cible. En effet, en posant le fait que les programmes les mieux adaptés pour un téléphone portable sont courts (notamment à cause de la taille de l'écran qui est inconfortable pour regarder longuement des contenus), ils nous disent clairement qu'ils pensent toucher la cible adolescente grâce à des « gags » ou des « clips ». Cette nouvelle cible (alors que pour l'instant, ce sont les 4-10ans qu'ils touchent) serait alors une importante motivation à se positionner sur le marché.

III. Analyse critique

L'arrivée massive de programmes jeunesse sur les téléphones portables permet aux enfants de suivre des programmes faits pour eux, et renforce le lien affectif que les enfants ont avec leurs personnages de dessins animés. Cependant, elle peut être remise en question sur quelques points :

✓ Surexposition à l'écran

Le fait de trouver des programmes jeunesse à portée de main, sur le téléphone portable ne fait qu'encourager une plus forte exposition des enfants face aux écrans. Or, aujourd'hui, les enfants passent suffisamment de temps devant l'écran. Ils regardent la télévision, jouent aux jeux vidéo, surfent sur Internet... l'occasion de « décrocher » de ces écrans va donc disparaître au fur et à mesure puisque les enfants seront perpétuellement tentés par cet écran mobile, transportable. De plus, ils ne vivront que dans un cyberspace qui ne reflète vraiment pas la réalité du monde qui les entoure.

- ✓ Risque d'affaiblissement de la vue chez les enfants.

En effet la vue ne se stabilise pas, et les enfants sont peut-être plus sensibles que les adultes. L'écran du téléphone mobile étant très petit, la vision en est limitée. L'enfant est alors contraint de se situer proche de l'écran afin de visionner correctement son émission, ce qui a, à long terme, des conséquences sur sa vue.

- ✓ Risque de visionner des programmes qui ne leur sont pas destinés.

Les opérateurs ont distingué trois catégories de contenus: « grand public », « sensible » et « réservé aux adultes » et ont affirmé ne diffuser aucun contenu illicite, ni de contenus « réservés aux adultes ». Cependant, avec l'accès Internet, l'enfant ne peut pas être intégralement surveillé et c'est là que les dérives sont possibles : les enfants peuvent visionner des vidéos à la demande, qui ne sont pas adaptées à leur âge. Il existe donc un véritable danger pour les enfants qu'il convient d'appréhender.

Le schéma ci-dessous met en évidence les contenus auxquels l'enfant peut avoir accès à partir de son téléphone mobile.



Cependant, les parents peuvent émettre un certain contrôle en bloquant l'accès à certains programmes. Les opérateurs ont aussi annoncé qu'à l'avenir ces programmes seront systématiquement bloqués pour les enfants de moins de 18 ans.

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

Face à ces risques que nous venons d'exposer, il convient aux parents d'éduquer leurs enfants quant à l'utilisation de leur téléphone mobile. L'Association Française des Opérateurs Mobiles (AFOM) vient de réaliser un guide à l'usage des parents sur les sujets relatifs aux enfants et à leur téléphone portable. Ce guide permet ainsi d'apporter aux parents des informations pour jouer leur rôle de parent mais aussi d'éducateur dans l'apprentissage du téléphone mobile par l'enfant. Trois thèmes sont abordés :

- les conseils pour une utilisation responsable et citoyenne du téléphone mobile ;
- les services et contenus multimédias accessibles par téléphone mobile ;
- les conseils pour prévenir les utilisations abusives ou malveillantes du téléphone mobile ;

Ces sujets sont traités sous plusieurs angles de vue :

- conseils pratiques dans la relation parent-enfant
- textes de référence
- actions des opérateurs
- conseils d'un spécialiste de l'enfant

Ce guide est une première dans l'histoire de la téléphonie mobile, dans le sens qu'il permet la prise de conscience de l'importance de protéger l'enfant. A noter qu'une prise de conscience des professionnels est nécessaire pour éviter tout débordement.

Conclusion

Comme nous avons pu le constater, la télévision arrive aujourd'hui sur le téléphone mobile et ceci de manière explosive. Les chaînes télévisées sont en effet de plus en plus nombreuses à se glisser dans la poche des utilisateurs de mobiles via les opérateurs SFR et Orange. Ainsi sont concernés par cette tendance non seulement les chaînes de télévision, les opérateurs de téléphonie mobile mais aussi les sociétés de production qui proposent des séries adaptées à cet écran transportable.

Qui en est le principal spectateur? L'enfant. En effet le téléphone mobile fait maintenant partie de son quotidien, et ceci dès son plus jeune âge. L'enfant entretient alors une relation forte avec son mobile qui devient non seulement un moyen de s'identifier socialement mais aussi une partie de lui-même.

Enfin l'enfant peut désormais avoir accès à la majorité des chaînes jeunesse diffusées en continu sur son mobile : Nickelodeon, Disney mais aussi TFou ont fait leur entrée sur ce marché très prometteur comme en témoigne le directeur de TFou. Cependant il convient de protéger l'enfant face à l'émergence de la TV sur mobile, et par conséquent à l'émergence de programmes qui peuvent ne pas leur être adaptés. Les parents ont un rôle à jouer en tant que parents et éducateurs par rapport à cette nounou interactive ainsi que les professionnels.

En conclusion, il nous paraît important de préciser que la récence de ce secteur ne nous permet pas aujourd'hui d'apporter des réponses exhaustives quant à l'avenir de la télévision sur mobile. Toutefois nous serons tentés de répondre à notre problématique, à savoir « Télévision, Ordinateur, Cinéma et ... TV sur mobile : Va-t-on vers un 4^{ème} écran pour les enfants ? » par une affirmation. Il nous semble en effet que le téléphone portable devient pour l'enfant, l'écran de demain. Outil générationnel, il offrira à l'enfant la possibilité de suivre les programmes jeunesse classiques mais aussi des programmes spécialement conçus au format mobile.

Sommaire des annexes

Annexe 1 : Panorama des chaînes sur mobile.....p 39

Annexe 2 : Questionnaire vierge TFOU.....p 40

Annexe 3 : Mail Caroline MASSON, Responsable dév. Interactifs.p 42

Annexe 4 : Réponse TFou.....p 43

Annexe 5 : Cd extraits « 24h TV » et 24h mobile ».....3^{ème} de couv.

Annexe 1 : Panorama des chaînes sur mobile

CHAÎNES	DESSCRIPTIF	SFR	BOUYGUES	ORANGE
GÉNÉRALISTES				
TF1	En exclusivité sur le bouquet TPS i-mode			
France 2	La 2ème chaîne hertzienne			
France 3	La 3ème chaîne hertzienne			
France 4	La nouvelle chaîne du groupe France télévisions, dédiée aux arts et spectacles			
France 5	La 5ème chaîne du groupe France télévisions			
ARTE	La chaîne franco-allemande hertzienne			
TF6	Moderne et dynamique, TF6 se définit comme la télé très télé			
Orange World	La chaîne dédiée du premier opérateur			
SFR TV	La chaîne généraliste de SFR			
AB1	La chaîne généraliste du groupe AB			
M6	La 6ème chaîne hertzienne			
NT1	Des programmes pour toute la famille			
Canal+ (en clair uniquement)	La 4ème chaîne hertzienne (uniquement les heures où elle est diffusée en clair)			
Téva	La chaîne féminine			
RTL 9	La chaîne généraliste (séries, films, émissions...)			
PARIS PREMIÈRE	Paris Première, la chaîne de référence qui conjugue culture et plaisir			
TV Breizh	Chaîne généraliste avec des sujets sur la Bretagne			
INFO & SPORT				
TMC	La chaîne d'info made in Monte-Carlo			
L'Equipe TV	La chaîne d'infos sportives en continu			
Euronews	La célèbre chaîne d'informations européenne			
Télé Toulouse	La chaîne locale toulousaine			
i-télé	Une chaîne d'infos en continu			
LCI Mobile	La chaîne d'infos de TF1 avec des contenus spécialement adaptés aux mobiles			
BBC World	On ne présente plus la célèbre chaîne d'informations britannique			
Public Sénat	La chaîne dédiée à la politique et aux débats			
Trace TV	La chaîne dédiée aux sports mécaniques			
La chaîne parlementaire	La chaîne du parlement			
CNBC Europe	Chaîne d'infos			
Infosport	La chaîne d'informations sportives			
AB Moteurs	La chaîne dédiée aux sports mécaniques en tous genres.			
EUROSPORT	La fameuse chaîne de tous les sports et du direct.			
MUSIQUE				
M6 Music Hits	Chaîne musicale généraliste du groupe M6			
M6 music Black	La chaîne musicale du groupe M6 dédiée au son black exclusivement			
M6 Music rock	La chaîne musicale du groupe M6 dédiée au rock exclusivement			
Musique Classique	De la musique classique pour les mélomanes			
MCM	La célèbre chaîne musicale du câble et du satellite			
MCM Pop	Déclinaison pop de la chaîne musicale			
MCM Rock	Déclinaison rock de la chaîne musicale			
Fun TV	Tout l'esprit de la célèbre radio dans une chaîne de TV			
Tele Melody	La chaîne de la chanson populaire française et internationale des années 60/70			
W9	Musique, action et détente sont à l'honneur sur W9			
CINÉ & LOISIRS				
Action	La chaîne des séries et films d'action.			
Ciné FX	Le meilleur de la science-fiction.			
Ciné Polar	La chaîne des séries et films policiers			
CinéCinéma Info	De l'information et des émissions sur le septième art et ses coulisses			
Live 1	La chaîne du chat et des rencontres			
Mangas TV	Le meilleur de la janimation			
Cuisine TV	La télé de la cuisine et de ses plaisirs			
Comédies	La chaîne de l'humour et des comiques			
Game One	Toute l'actualité des jeux vidéo			
M6 Boutique	La chaîne de télé-achat de M6			
Jetix	La chaîne pour les plus jeunes			
Fashion TV	La chaîne de la mode (défilés, émissions, interviews...)			
Tlou	La chaîne des dessins animés pour les 4 - 10 ans			
Télé Toon	La chaîne dédiée aux enfants pour rêver toute la journée			
ASTROCENTER TV	La première chaîne 100% astrologie, tarot et voyance			
CULTURE & DÉCOUVERTE				
Escales	Evasions et vacances			
Chasse et pêche	La chaîne dédiée au monde de la chasse et de la pêche.			
Animalux	Documentaires animaliers et émissions au programme pour les amis des bêtes			
Encyclopédia	La chaîne du savoir et de la connaissance			
Ushuaia TV	La chaîne de l'évasion et du voyage			
Planète	L'une des références des chaînes documentaires en France			
Planète Choc	La chaîne des documentaires chocs			
Toute L'HISTOIRE	Pour les passionnés et les amateurs d'histoire.			
Paris Première	La célèbre chaîne parisienne certes, mais sans arrogance			
Voyage	La chaîne de l'évasion et du voyage			
National Geographic	La chaîne du célèbre magazine international			
odyssée	La chaîne documentaire			

PANORAMA DES CHAÎNES DE TV EN DIRECT (décembre 05)

(source : magazine des Services Mobiles)

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

Annexe 2 : Questionnaire vierge TFou

Dans le cadre d'un dossier à réaliser pour le cours « L'enfant et les écrans », nous avons choisi d'étudier l'essor de la télévision sur mobile auprès des enfants. Notre problématique exacte étant (sous réserve) : Télévision, ordinateur, cinéma et...TV sur mobile : va-t-on vers un 4^{ème} écran pour les enfants ?

Par conséquent, notre plan s'articulant autour de 3 parties (« où en est aujourd'hui la TV sur mobile », « l'enfant et son téléphone portable » et enfin « un 4^{ème} écran pour les enfants ? »), nous aimerions étoffer notre troisième partie avec le témoignage d'un professionnel. Etant donné votre venue au Centre Européen des Produits de l'Enfant d'Angoulême il y a quelque temps, et votre intervention sur le sujet, il nous a paru judicieux et plus simple de nous tourner vers vous.

Par ailleurs, étant donné l'accueil favorable de Melle Claudia Da Silva à notre requête lors du salon « Univers d'Enfants 2006 », à savoir de vous adresser ce questionnaire par mail, nous vous remercions par avance de vos réponses et de votre disponibilité.

Maylis Bellamy-Brown

Julian Bielec

Etudiants en Master2 Marketing des Produits de l'Enfant - CEPE

Pour vous

A la date d'aujourd'hui, TFou sur mobile est-il un enjeu secondaire ou une préoccupation constante ?

Quels sont les avantages à diffuser TFou sur mobile ?

Quels sont les inconvénients ?

Quels sont les avantages de diffuser TFou uniquement via l'opérateur Bouygues Telecom ?

Quels sont les inconvénients ?

Avec la diffusion sur mobile, quels sont vos objectifs principaux (extension de cible, fidélisation) ?

Pensez-vous qu'un enfant qui regarde TFou sur mobile mais qui n'a pas TPS chez lui pourrait influencer ses parents à s'abonner à TPS ?

Si oui, était-ce un objectif de départ à lancer TFou sur mobile ?

La cible de TFou sur TPS (4-10 ans) n'est-elle pas paradoxale par rapport à l'âge moyen d'acquisition d'un téléphone portable (10 ans) ?

Comment surmontez-vous cet obstacle ?

Auriez-vous une deuxième cible ?

Ne rencontrez-vous pas un problème du fait d'un risque d'opposition conséquent chez les parents pour que leurs enfants aient un portable ?

Sachant que les parents acceptant que leurs enfants aient un portable pour son utilisation principale (joindre et être joignable), comment pensez-vous surmonter cet obstacle pour qu'ils choisissent un forfait autorisant l'accès vers la télévision sur mobile ?

Votre cible

En nous donnant des données les plus approchantes possibles, sans pour autant perturber votre emploi du temps, pouvez-vous nous en dire plus sur :

Le profil type du spectateur de TFou sur mobile à savoir :

Son âge :

Son sexe :

La CSP de ses parents :

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4^{ème} écran pour les enfants ?

40

Julian BIELEC

Son heure de consultation :
Son lieu d'utilisation :
Ses programmes préférés :
Le nombre d'enfants qui regardent TFou sur mobile :
Le nombre d'enfants qui regardent TFou sur TPS :

Y a-t-il des différences entre le téléspectateur de TPS et celui du mobile ?

A l'avenir

Si les chaînes thématiques prennent une importance encore plus importante face aux chaînes généralistes comme TF1, il est probable que la case jeunesse vienne à disparaître faute d'audience sur TF1. Comment envisagez-vous alors l'avenir de TFou sur téléphone mobile ?

Quand la technologie DVB-H sera entièrement installé en France (diffusion de la télévision via les réseaux numériques terrestres et non ceux des opérateurs téléphoniques), pensez-vous offrir une chaîne TFou entièrement adaptée aux téléphones portables (nouvelles émissions, nouveaux animateurs,...) ou la diffusion de TFou en continu comme c'est le cas actuellement vous suffirait-elle ?

Anticipez-vous déjà le phénomène ? à quel niveau ?

Si vous optez pour une chaîne spéciale, de la publicité serait-elle envisageable ?

Toujours dans cette optique, est-ce que les programmes seraient refondus (par exemple, réalisation de 26 épisodes de Totally Spies format 26 x 3minutes en gros plan pour s'adapter à la taille de l'écran) ?

Quels dessins animés seraient les mieux adaptés à la diffusion sur téléphone mobile ?

Pourquoi ?

Nous tenons sincèrement à vous remercier pour ces réponses et si vous le souhaitez, nous pourrions vous faire parvenir un exemplaire de notre dossier une fois celui-ci terminé. Si cela vous intéresse, vous pouvez-nous le faire savoir par mail à j.bielec@tiscali.fr.

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

41

Annexe 3 : Mail Caroline MASSON, Responsable Dév. Interactif TFou

Date : 10/02/2006 16 :05

De : MASSON, Caroline | Interdire l'adresse

A : j.bielec@tiscali.fr

Objet : Questionnaire TFou sur mobile

Fichier(s) joint(s) : Questionnaire Mr Xavier CHAUVIN - TFou sur mobile.doc (53952bytes)

Bonjour,

Je suis en charge des développements interactifs sur TFou (portail de jeux sur TPS, VOD, mobile...). Xavier m'a transféré votre mail afin que je vous réponde. En PJ, vous trouverez le questionnaire avec les questions auxquelles j'ai pu répondre. Je suis désolée car cela est assez succinct mais nous n'avons pas énormément de données à ce jour et surtout une assez courte expérience.

Néanmoins, n'hésitez pas à me contacter par téléphone au 01 41 41 17 21 ou par mail si vous désirez d'autres informations.

Cordialement,
Caroline Masson.

Annexe 4 : Réponse TFou

Pour vous

A la date d'aujourd'hui, TFou sur mobile est-il un enjeu secondaire ou une préoccupation constante ?

TFou sur mobile reste un enjeu secondaire en termes de revenus générés mais un enjeu principal en termes de diffusion de la marque TFou.

Quels sont les avantages à diffuser TFou sur mobile ?

Le principal avantage reste le développement de la marque sur différents supports : TV, web, mobile...

Quels sont les inconvénients ?

Quels sont les avantages de diffuser TFou uniquement via l'opérateur Bouygues Telecom ?

Quels sont les inconvénients ?

Avec la diffusion sur mobile, quels sont vos objectifs principaux (extension de cible, fidélisation) ?

Le principal objectif de la diffusion sur mobile reste à ce jour la fidélisation des enfants.

Pensez-vous qu'un enfant qui regarde TFou sur mobile mais qui n'a pas TPS chez lui pourrait influencer ses parents à s'abonner à TPS ?

Peut-être mais cela n'a pas encore pas été mesuré.

Si oui, était-ce un objectif de départ à lancer TFou sur mobile ? **Non**

La cible de TFou sur TPS (4-10 ans) n'est-elle pas paradoxale par rapport à l'âge moyen d'acquisition d'un téléphone portable (10 ans) ? **Oui**

Comment surmontez-vous cet obstacle ? **Entre 4 et 10 ans, les enfants utilisent le portable des parents et sous leur surveillance consomment des contenus jeunesse.**

Auriez-vous une deuxième cible ? **Les adolescents pour des « programmes courts » comme des gags ou des clips.**

Ne rencontrez-vous pas un problème du fait d'un risque d'opposition conséquent chez les parents pour que leurs enfants aient un portable ? **Non**

Sachant que les parents acceptant que leurs enfants aient un portable pour son utilisation principale (joindre et être joignable), comment pensez-vous surmonter cet obstacle pour qu'ils choisissent un forfait autorisant l'accès vers la télévision sur mobile ? **Par un contrôle rigoureux des contenus proposés aux enfants.**

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?

43

Votre cible

En nous donnant des données les plus approchantes possibles, sans pour autant perturber votre emploi du temps, pouvez-vous nous en dire plus sur :

Le profil type du spectateur de TFou sur mobile à savoir :

Son âge :

Son sexe :

La CSP de ses parents :

Son heure de consultation :

Son lieu d'utilisation :

Ses programmes préférés :

Le nombre d'enfants qui regardent TFou sur mobile :

Le nombre d'enfants qui regardent TFou sur TPS :

Y a-t-il des différences entre le téléspectateur de TPS et celui du mobile ? [Les modes d'utilisation sont fortement différents \(consommation nomade et consommation sédentaire\) et les temps de consultation et les formats proposés ne sont pas les mêmes.](#)

A l'avenir

Si les chaînes thématiques prennent une importance encore plus importante face aux chaînes généralistes comme TF1, il est probable que la case jeunesse vienne à disparaître faute d'audience sur TF1. Comment envisagez-vous alors l'avenir de TFou sur téléphone mobile ?

Quand la technologie DVB-H sera entièrement installé en France (diffusion de la télévision via les réseaux numériques terrestres et non ceux des opérateurs téléphoniques), pensez-vous offrir une chaîne TFou entièrement adaptée aux téléphones portables (nouvelles émissions, nouveaux animateurs,...) ou la diffusion de TFou en continu comme c'est le cas actuellement vous suffirait-elle ?

Anticipez-vous déjà le phénomène ? à quel niveau ?

Si vous optez pour une chaîne spéciale, de la publicité serait-elle envisageable ?

Toujours dans cette optique, est-ce que les programmes seraient refondus (par exemple, réalisation de 26 épisodes de Totally Spies format 26 x 3minutes en gros plan pour s'adapter à la taille de l'écran) ?

Quels dessins animés seraient les mieux adaptés à la diffusion sur téléphone mobile ?

[Des formats courts](#)

Pourquoi ?

[Ce sont actuellement les formats qui s'adaptent actuellement le mieux à la taille des écrans.](#)

Télévision, Ordinateur, Cinéma et...TV sur mobile :

Va-t-on vers un 4ème écran pour les enfants ?