

# CONSULTATION PUBLIQUE

Consultation publique  
préalable à la publication  
d'une recommandation visant à  
informer les usagers de services  
audiovisuels de la consommation  
d'énergie et d'équivalents d'émissions  
de gaz à effet  
de serre liées à la consommation de  
données sur ces services

Décembre 2022



## Sommaire

<b>Présentation.....</b>	<b>5</b>
<b>Modalités de participation à la consultation publique.....</b>	<b>15</b>
<b>Contexte.....</b>	<b>6</b>
<b>Questions .....</b>	<b>8</b>
<b>1. Les dispositifs d'information des consommateurs sur l'impact environnemental de la consommation de contenus audiovisuels déjà mis en place ou projetés</b>	<b>8</b>
<b>2. Les démarches visant à réduire l'impact environnemental lié à la consommation de contenus audiovisuels déjà mises en place ou projetées</b>	<b>8</b>
<b>3. Les modalités des dispositifs d'information à privilégier</b>	<b>9</b>
<b>4. Pistes de recommandations et réactions</b>	<b>10</b>



## Présentation

L'article 26 de la loi n° 2021-1485 du 15 novembre 2021 « *visant à réduire l'empreinte environnementale du numérique en France* » (dite loi REEN) dispose que l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom), en lien avec l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse (Arcep) et l'Agence de la transition écologique (Ademe), « *publie une recommandation quant à l'information des consommateurs par les services de télévision, les services de médias audiovisuels à la demande et les services de plateforme de partage de vidéos, [...] en matière de consommation d'énergie et d'équivalents d'émissions de gaz à effet de serre de la consommation de données liée à l'utilisation de ces services, en tenant compte notamment des modalités d'accès à ces contenus et de la qualité de leur affichage* ». Son entrée en vigueur est prévue pour le 1<sup>er</sup> janvier 2023.

Dans ce cadre, **l'Arcom, en lien avec l'Arcep et l'Ademe, a décidé d'engager la présente consultation publique** afin d'interroger les acteurs visés par l'article 26 et recueillir leurs observations quant aux propositions formulées dans le présent document. Préalablement à la présente consultation, un cycle d'auditions a été mené auprès d'un nombre restreint d'acteurs ciblés par l'article 26. Ce cycle d'auditions a permis d'affiner les questions et recommandations partagées plus bas.

**À l'issue de cette consultation, l'Arcom, en lien avec l'Arcep et l'Ademe, publiera une recommandation à destination des acteurs visés par l'article 26 de la loi REEN**, dont le contenu pourra être enrichi à moyen terme à travers la publication d'un nouveau jeu de recommandations en 2024 pour tenir compte de la mise en œuvre des recommandations par les différents acteurs concernés. **Les mesures précisées dans cette recommandation s'inscrivent dans une démarche d'encouragement des bonnes pratiques de consommation et de développement d'usages éclairés mais ne revêtent cependant pas un caractère obligatoire.** L'Arcom, l'Arcep et l'Ademe encouragent l'ensemble des acteurs à souscrire tant à la démarche de communication qu'aux objectifs de la recommandation. À cet égard, un bilan d'application au Parlement permettrait utilement de rendre compte de l'implication de chacun.

La présente consultation a notamment pour objet :

- d'inventorier les actions déjà mises en œuvre ou envisagées par les acteurs du secteur quant à l'information de leurs usagers sur l'impact environnemental lié à l'utilisation de leurs services ;
- d'identifier les difficultés et les obstacles pour permettre aux acteurs de mettre en place ces actions ;
- de proposer des modalités d'information qui pourraient être intégrées aux recommandations publiées ;
- d'inciter les acteurs à mettre en place un référentiel commun de mesure de l'impact environnemental des usages audiovisuels ciblés par l'article 26 de la loi REEN. A plus long terme, l'objectif visé serait un affichage spécifique.

## Contexte

### Les missions de l'Arcom

L'Arcom a notamment pour mission de veiller « à ce que le développement du secteur de la communication audiovisuelle s'accompagne d'un niveau élevé de protection de l'environnement »<sup>1</sup>.

En mai 2020, elle s'est ainsi engagée au côté de sept autres autorités publiques et administratives indépendantes, à intégrer les enjeux liés au climat et à l'environnement dans ses priorités d'action et de travaux<sup>2</sup>.

En 2021, plusieurs textes législatifs ont confié à l'Arcom de nouvelles prérogatives dans ce domaine.

Les articles 14 et 15 de loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 « portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets »<sup>3</sup> chargent l'Autorité de promouvoir des codes de bonne conduite, appelés « contrats climat » (article 14) et de réaliser avec l'Arcep « tous les deux ans un rapport mesurant l'impact environnemental des différents modes de diffusion des services de médias audiovisuels » (article 15).

Plus récemment, les articles 25 et 26 de la loi n° 2021-1485 du 15 novembre 2021 « visant à réduire l'empreinte environnementale du numérique en France »<sup>4</sup> (dite loi REEN) confient à l'Arcom, en lien avec l'Ademe et l'Arcep deux missions.

D'une part, l'article 25 dispose que l'Arcep et l'Arcom, en lien avec l'Ademe, définissent le contenu d'un « référentiel général de l'écoconception des services numériques ». D'autre part, l'article 26 dispose que l'Arcom, en lien avec l'Arcep et l'Ademe publie « une recommandation quant à l'information des consommateurs [...], en matière de consommation d'énergie et d'équivalents d'émissions de gaz à effet de serre lié à la consommation de données de services audiovisuels. »

### L'impact des usages audiovisuels

Les enjeux environnementaux liés au numérique sont de plus en plus prégnants. Les travaux menés à l'échelle nationale ou internationale débouchent sur les mêmes constats : une empreinte environnementale du numérique en constante progression, conséquence d'une multiplication des usages et de leur intensité.

<sup>1</sup> [Article 3-1](#) de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.

<sup>2</sup> « [Les autorités publiques et administratives indépendantes publient un document de travail sur leur rôle et leurs outils face aux enjeux climatiques](#) », Communiqué de presse, 5 mai 2020.

<sup>3</sup> [Loi n° 2021-1104](#) du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, dite loi « climat et résilience ».

<sup>4</sup> [Loi n° 2021-1485](#) du 15 novembre 2021 visant à réduire l'empreinte environnementale du numérique en France, dite loi « REEN ».

D'après diverses études menées au cours des dernières années, le numérique représenterait de 2 à 4 % des émissions de gaz à effet de serre (GES) dans le monde<sup>5</sup>, avec une croissance pouvant dépasser selon certaines sources les 6 % par an<sup>6</sup>.

À l'échelle de la France, selon l'étude menée par l'Ademe et l'Arcep portant sur l'année 2020<sup>7</sup>, le numérique représenterait près de 2,5 % de l'empreinte carbone des Français, soit 17 millions de tonnes équivalent CO2 (MtCO2).

Selon cette même étude, l'empreinte carbone du numérique est majoritairement liée aux terminaux, qui pèsent pour près de 79 % de l'empreinte, suivis par les centres de données (16 %) puis les réseaux (5 %). Néanmoins, l'impact environnemental du numérique doit être adressé globalement et l'ensemble de l'écosystème numérique peut œuvrer vers un numérique plus responsable. Le poids important des terminaux ne doit pas occulter que réseaux, centres de données et terminaux sont interdépendants et que les services et usages du numérique associés peuvent avoir un effet direct sur le renouvellement ou la commercialisation de nouveaux équipements, la quantité de données consommées ou le dimensionnement des réseaux. Ainsi, s'interroger sur le développement de telle pratique ou l'optimisation de tel usage lié à la diffusion et la consommation de contenus audiovisuels permet également d'intégrer les fournisseurs de contenus, les services de médias audiovisuels et les plateformes de partage en ligne à la réflexion.

Par ailleurs, la phase d'utilisation des équipements (terminaux, infrastructures de réseau et centre de données) concentrerait 21 % des émissions et tendrait à s'accroître. Cette dynamique s'illustre également au travers des résultats de l'enquête annuelle « Pour un numérique soutenable » réalisée par l'Arcep<sup>8</sup> en 2022 et qui souligne que la consommation énergétique des réseaux fixes et mobiles augmente en moyenne de 5% par an<sup>9</sup> sur la période 2017-2020. Cette même enquête souligne par ailleurs la différence d'impact selon les réseaux fixes ou mobiles et recommande l'utilisation du WiFi pour ses usages de téléphone mobile, lorsque cela est possible<sup>10</sup>.

S'agissant plus particulièrement des contenus vidéo, l'Arcep rappelle dans son rapport sur l'état de l'internet en France (publication 2022<sup>11</sup>), qu'au niveau mondial, les flux vidéo représentent plus de la moitié du trafic internet<sup>12</sup>. En France, la tendance est similaire puisque plus de la moitié du trafic provient d'acteurs qui fournissent notamment des contenus vidéos consommateurs de bande passante : Netflix, Google (avec YouTube), Akamai, Facebook et Amazon (avec Prime). Une étude menée conjointement entre l'Arcom, l'Arcep et l'Ademe sera lancée dans les prochains mois afin d'évaluer l'impact environnemental lié à la diffusion et consommation de contenus audiovisuels.

<sup>5</sup> « [Impact environnemental du numérique : tendances à 5 ans et gouvernance de la 5G](#) », *The Shift Project*, 30 mars 2021 ou encore « [Empreinte environnementale du numérique mondial](#) », *GreenIT*, septembre 2019, ou encore « [Réduire la consommation énergétique du numérique](#) », CGE, décembre 2019.

<sup>6</sup> « [Impact environnemental du numérique : tendances à 5 ans et gouvernance de la 5G](#) », *The Shift Project*, 30 mars 2021, « [Réseaux du futur empreinte carbone numérique](#) », Arcep, juillet 2019.

<sup>7</sup> « [Empreinte environnementale du numérique en France](#) », *ADEME & Arcep*, 19 janvier 2022.

<sup>8</sup> « [Enquête annuelle 2022 pour un numérique soutenable](#) », *Arcep*, 25 avril 2022.

<sup>9</sup> En excluant l'année 2018 où la croissance était plus forte (9,8%)

<sup>10</sup> « [Enquête annuelle pour un numérique soutenable](#) », Arcep, 25 avril 2022, infographie

<sup>11</sup> « [L'état d'internet en France – Rapport d'activité – Tome 3](#) », Arcep, juin 2022.

[https://www.arcep.fr/uploads/tx\\_qspublication/rapport-etat-internet-2022-300622.pdf](https://www.arcep.fr/uploads/tx_qspublication/rapport-etat-internet-2022-300622.pdf)

<sup>12</sup> « [The global internet phenomena report](#) », Sandvine, janvier

2022. [https://www.sandvine.com/hubfs/Sandvine\\_Redesign\\_2019/Downloads](https://www.sandvine.com/hubfs/Sandvine_Redesign_2019/Downloads)

## Questions

N'hésitez pas à compléter vos réponses de tout élément qu'il vous semblerait utile de porter à la connaissance de l'Arcom.

### 1. Les dispositifs d'information des consommateurs sur l'impact environnemental de la consommation de contenus audiovisuels déjà mis en place ou prévus

Les questions qui suivent visent à identifier les actions déjà mises en œuvre ou prévues afin d'informer les usagers de l'impact environnemental lié à la consommation de contenus, ainsi que les difficultés rencontrées.

- **Avez-vous déjà mis en place, ou prévu de mettre en place, des actions visant à informer le consommateur de l'impact environnemental lié à l'utilisation de vos services** (avec ou sans chiffrage direct de l'impact) ? (ex : *impact par comportement d'usage, comparaison des données consommées selon la qualité vidéo, etc.*)
- **Si non, pourquoi** (notamment quels sont les freins ou les obstacles rencontrés) ?
- **Si oui :**
  - o Pourriez-vous **décrire les dispositifs mis en place, les services concernés et leurs objectifs** ?
    - Quelles informations sont communiquées ?
    - Sur quels services ?
    - Comment et quand sont-elles accessibles ?
  - o Pour chacun des dispositifs :
    - **Avez-vous rencontré des difficultés** dans le développement de ces dispositifs ? A quel moment ? Pour quelles raisons ?
    - **Avez-vous identifié des pistes d'amélioration** ?
    - **Avez-vous identifié des points bloquants** encore non résolus ?
    - Quels ont été ou sont **les délais de mise en œuvre** ?
    - Quels impacts sur l'expérience utilisateur ces dispositifs ont-ils ou pourraient-ils avoir ?
    - Quels impacts ces dispositifs ont-ils sur les pratiques de consommation des utilisateurs ? Des comportements plus sobres ont-ils été observés suite à la mise en place de ces dispositifs ?

### 2. Les démarches visant à réduire l'impact environnemental lié à la consommation de contenus audiovisuels déjà mises en place ou prévues

Les questions qui suivent visent à identifier les travaux réalisés ou en cours et qui auraient trait à la réduction de l'impact environnemental de ces services (qu'ils soient déjà proposés ou communiqués aux utilisateurs ou non).



- **Avez-vous déjà mis en place, ou prévu de mettre en place, des démarches, autres qu'informationnelles, visant à réduire l'impact environnemental de la consommation de contenus audiovisuels et vidéo ?**
- **Si oui :**
  - o **lesquelles et selon quelles modalités ?** (ex : réflexion sur le choix automatique de la qualité, selon le terminal et le réseau utilisés, sur le lancement et la lecture automatique, sur l'optimisation de la bande-passante par l'encodage, etc.)
  - o Avez-vous informé le consommateur de ces démarches ? Si non, pourquoi ?
  - o Quel est le stade d'avancement de ces différents projets ?

### 3. Les modalités des dispositifs d'information à privilégier

Cette section vise à recueillir vos propositions quant à d'éventuelles modalités d'information complémentaires, mais aussi à identifier les difficultés que vous pourriez rencontrer. Ainsi, **pourriez-vous détailler les dispositifs d'information des consommateurs que vous seriez prêts à déployer** (indépendamment de ceux que vous auriez pu décrire dans les questions précédentes) ?

Le tableau ci-dessous vous permettra de détailler vos propositions pour chaque dispositif envisagé. Vous êtes par ailleurs libres de compléter votre réponse avec d'autres éléments et des propositions de dispositifs.

**Tableau : propositions suivant trois axes de développement des dispositifs**

<b>Aspect du dispositif envisageable</b>	<b>Détailler les pistes à privilégier</b>	<b>Préciser les délais de mise en œuvre</b> (pour le développement des pistes)	<b>Préciser les écueils à éviter / points d'attention</b>
1. Sur les formats de communication de l'information « Quel(s) format(s) privilégier ? »			
2. Sur la nature des contenus à partager « Quelle(s) information(s) partager ? »			
3. Sur les sources de l'information « Quelle(s) source(s) convoquer ? »			

Au contraire, **quels dispositifs vous paraîtraient difficilement envisageables** et pour quelles raisons ? Le cas échéant, quelle(s) solution(s) identifiez-vous ?

#### 4. Pistes de recommandations et réactions

**Cette section a pour but de recueillir vos réactions quant aux premières propositions de recommandations formulées.** Pour chaque proposition, vous êtes invités à préciser les modalités de mise en œuvre qui vous sembleraient envisageables (ex : le niveau de détail de l'information souhaité etc.), les difficultés qui pourraient être rencontrées et les délais de développement.

Ces recommandations ont été élaborées dans la perspective d'être publiées début 2023.

##### **Proposition 1 : Campagne de communication**

« Les services de télévision, les SMAD et les plateformes de partage de vidéos<sup>13</sup> s'engagent à élaborer une campagne de communication visant à informer leurs utilisateurs de l'impact environnemental lié à la consommation de contenus audiovisuels. Cette campagne de communication permet de partager des messages en matière d'impact environnemental de l'audiovisuel et se déroule collectivement sur une journée au moins chaque année, par exemple à l'occasion du Jour de la Terre<sup>14</sup>.

Les informations partagées à l'occasion de cette campagne précisent :

- que la consommation audiovisuelle a un impact sur l'environnement ;
- que l'intensité de cet impact varie selon divers facteurs, en particulier les choix en matière de qualité de l'image, de modalités techniques d'accès et de la combinaison des deux ;
- qu'il est possible d'agir en adaptant ces modalités d'usage et en privilégiant des comportements plus sobres.

Les modalités de diffusion de ces informations par les services de télévision, les SMAD et les plateformes de partage de vidéos auprès des usagers répondent aux critères suivants :

- les informations sont mises à disposition de telle sorte que l'utilisateur en soit directement destinataire sans démarche particulière de sa part ;
- les informations demeurent ensuite facilement accessibles aux utilisateurs qui souhaiteraient y accéder (le chemin pour y accéder est court et l'endroit de stockage de ces informations est aisément identifiable) ;
- les informations sont actualisées régulièrement et proposées sous différents formats de communication ;

<sup>13</sup> Définis à l'article 2 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication

<sup>14</sup> Célébration mondiale qui a lieu chaque année, le 22 avril, afin de sensibiliser et inciter les personnes et les organisations à mener des actions de lutte contre le dérèglement climatique (diminution de leur impact environnemental).

- les informations proviennent de sources fiables et reconnues au niveau national ou international, dès lors que des études provenant de ces sources existent et sont publiques (type source étatique, européenne)<sup>15</sup>. »

**Cette campagne peut prendre la forme de spots communs diffusés sur plusieurs antennes ou services.**

- **Quelles précisions et adaptations sur les modalités de mise en œuvre souhaiteriez-vous apporter ?**
- **Quelles informations estimez-vous qu'il serait pertinent de communiquer auprès du public, en particulier concernant l'impact environnemental lié à la consommation de contenus audiovisuels et aux leviers à disposition des téléspectateurs pour réduire cet impact ?**
- **Quelles pourraient être les difficultés rencontrées dans la mise en place de ce dispositif ? Quelles solutions identifiez-vous ?**
- **Estimez-vous que la mise en œuvre de cette recommandation puisse être effective dès sa première année d'application (2023) ?**

**Proposition 2 : Information générale qualitative**

« Les services de télévision, les SMAD et les plateformes de partage de vidéos s'engagent à publier une information générale qualitative relative à l'existence d'un impact environnemental lié à la consommation de contenus audiovisuels.

Les informations précisent notamment que l'impact environnemental lié à la consommation de contenus audiovisuels est fonction de divers facteurs, en particulier la qualité de l'image, les modalités techniques d'accès et la combinaison des deux. Elles précisent également les leviers mis à disposition des utilisateurs pour réduire cet impact, notamment le fait qu'il est possible d'agir en adaptant ces modalités d'usage et en privilégiant des comportements plus sobres.

Les modalités de diffusion de ces informations par les services de télévision, les SMAD et les plateformes de partage de vidéos auprès des usagers répondent aux critères suivants :

- les informations sont mises à disposition de telle sorte que l'utilisateur en soit directement destinataire sans démarche particulière de sa part, au moins une fois par mois, dans une perspective visant à une information la plus visible possible<sup>16</sup>, afin de le sensibiliser à ces problématiques de manière récurrente. Les éditeurs sont encouragés à ne pas cantonner ces messages au sein d'espaces peu familiers, voire inconnus du public ;
- les informations demeurent facilement accessibles aux utilisateurs qui souhaiteraient les consulter ;
- les informations sont actualisées tous les ans ;

<sup>15</sup> Si actuellement peu d'études provenant de sources publiques existent sur le sujet, leur nombre devrait augmenter dans les années à venir en raison de la place importante qu'occupe l'évaluation de l'impact environnemental des services audiovisuels, mais également numériques, dans les stratégies de protection de l'environnement.

<sup>16</sup> Par exemple avec une publication au cours de tranches horaires permettant une visibilité importante.

- les informations proviennent de sources fiables et reconnues au niveau national ou international, dès lors que des études provenant de ces sources existent et sont publiques (type source étatique, européenne).

Si les services de télévision, les SMAD et les plateformes de partage de vidéos sont libres de choisir les modes de diffusion de ces informations, par exemple par un affichage sur l'écran d'accueil en amont du visionnage, ils sont incités à privilégier une communication directe auprès du public. »

- **Quelles précisions et adaptations sur les modalités de mise en œuvre souhaiteriez-vous apporter ?**
- **Quelles pourraient être les difficultés rencontrées dans la mise en place de ce dispositif ? Quelles solutions identifiez-vous ?**
- **Estimez-vous que la mise en œuvre de cette recommandation puisse être effective dès sa première année d'application, c'est-à-dire en 2023 ?**

### **Proposition 3 : Information générale quantitative**

« Les services de télévision, les SMAD et les plateformes de partage de vidéos s'engagent à publier une information générale quantitative (qui ne soit pas spécifique au service ou à l'utilisateur du service) relative à l'impact environnemental lié à la consommation de contenus audiovisuels.

Ces données font notamment mention de la consommation d'énergie et des équivalents d'émissions de gaz à effet de serre liés à l'utilisation des services audiovisuels.

Les modalités de diffusion de ces informations par les services de télévision, les SMAD et les plateformes de partage de vidéos auprès des usagers répondent aux critères suivants :

- les informations sont mises à disposition de telle sorte que l'utilisateur en soit directement destinataire sans démarche particulière de sa part au moins une fois par mois, dans une perspective visant à une information la plus visible possible<sup>17</sup>, afin de le sensibiliser aux problématiques de manière récurrente, sans nuire à son parcours utilisateur au quotidien ;
- les informations demeurent ensuite facilement accessibles aux utilisateurs qui souhaiteraient y accéder ;
- les informations sont actualisées tous les semestres avec les dernières données disponibles
- les informations proviennent de sources fiables et reconnues au niveau national ou international, dès lors que des études provenant de ces sources existent et sont publiques (type source étatique, européenne).

Si les services de télévision, les SMAD et les plateformes de partage de vidéos sont libres de choisir les modes de diffusion de ces informations, par exemple par un

---

<sup>17</sup> Par exemple avec une publication au cours de tranches horaires faisant l'objet d'une visibilité significative.

affichage sur l'écran d'accueil en amont du visionnage, ils sont incités à privilégier une communication directe auprès du public ».

- **Quelles précisions et adaptations sur les modalités de mise en œuvre souhaiteriez-vous apporter ?**
- **Quelles pourraient être les difficultés rencontrées dans la mise en place de ce dispositif ? Quelles solutions identifiez-vous ?**
- **Estimez-vous que la mise en œuvre de cette recommandation puisse être effective dès sa première année d'application, c'est-à-dire en 2023 ?**

#### **Proposition 4 : Accessibilité des réglages des paramètres de la qualité de l'image**

« Les services de télévision, les SMAD et les plateformes de partage de vidéos font leurs meilleurs efforts pour rendre facilement accessibles à l'utilisateur les réglages des paramètres de qualité de l'image.

Les modalités d'accès aux paramètres de réglage de la qualité de l'image répondent autant que faire se peut aux critères suivants :

- les paramètres sont rapidement accessibles : le chemin depuis l'écran d'accueil nécessite un nombre d'actions limité ;
- l'existence de l'interface permettant les réglages est clairement visible et signalée par l'éditeur ou la plateforme.

Dans le cas où la qualité de l'image est définie de manière automatique par le service en fonction du terminal ou du réseau, les services s'efforcent d'informer les usagers de la possibilité de modifier son paramétrage et de son intérêt pour l'environnement. L'utilisateur est informé *a minima* de la qualité de l'image choisie de cette manière. Les acteurs peuvent enrichir leur communication de précisions visant à expliquer ces choix ».

- **Quelles précisions et adaptations sur les modalités de mise en œuvre souhaiteriez-vous apporter ?**
- **Quelles pourraient être les difficultés rencontrées dans la mise en place de ce dispositif ? Quelles solutions identifiez-vous ?**
- **Estimez-vous que la mise en œuvre de cette recommandation puisse être effective dès sa première année d'application, c'est-à-dire en 2023 ?**

#### **Proposition 5 : Accessibilité et recommandation concernant les paramètres de la qualité de l'image selon les conditions d'utilisation**

« Les services de télévision, les SMAD et les plateformes de partage de vidéos s'engagent à informer leurs usagers de la possibilité de réglage de la qualité de l'image au moment du visionnage et à proposer une recommandation en fonction des conditions d'utilisation de l'utilisateur (par exemple en fonction du terminal ou du réseau utilisé).

L'information sur la possibilité de modification de la qualité de l'image par l'utilisateur est communiquée sous une fenêtre de type 'pop-up' apparaissant à chaque utilisation ».

- **Quelles précisions et adaptations sur les modalités de mise en œuvre souhaiteriez-vous apporter ?**
- **Quelles pourraient être les difficultés rencontrées dans la mise en place de ce dispositif ? Quelles solutions identifiez-vous ?**
- **Estimez-vous que la mise en œuvre de cette recommandation puisse être effective dès sa première année d'application, c'est-à-dire en 2023 ?**

### **Proposition 6 : Mise en place d'une méthodologie commune de calcul de l'impact environnemental des usages audiovisuels**

Les acteurs sont invités à mettre en place une méthodologie commune de calcul de l'impact environnemental des usages audiovisuels en 2024.

« Les services de télévision, les SMAD et les plateformes de partage de vidéos sont invités à prendre part à une réflexion commune visant à mettre en place une méthodologie partagée de mesure de l'impact environnemental des usages audiovisuels liés à l'utilisation de leurs services (sur la base par exemple d'une méthodologie de type RCP<sup>18</sup>).

La méthodologie de calcul doit permettre de développer à terme un affichage homogène selon les catégories des différents réseaux<sup>19</sup> (sur le modèle par exemple des travaux menés par l'Ademe dans le cadre de l'article 13 de la loi AGEC concernant les fournisseurs d'accès internet et opérateurs télécom), partagé par l'ensemble des acteurs ciblés par la loi REEN et facilement appréhendable pour l'utilisateur. La méthodologie de calcul doit prendre en compte la spécificité des différents réseaux ».

- **Quelles pourraient être les difficultés rencontrées dans la mise en place de ce dispositif ?**
- **Quelles précisions et adaptations sur les modalités de mise en œuvre souhaiteriez-vous apporter ?**
- **Quel serait le délai de mise en œuvre nécessaire avant le lancement effectif de cette initiative ?**
- **Des actions ont-elles déjà été mises en place pour quantifier les impacts environnementaux de la consommation de contenus audiovisuels sur vos services ? Si oui, pourquoi ? Si non, pourquoi ?**

<sup>18</sup> RCP : Référentiel par catégorie de produit (version anglaise : PCR), il s'agit de l'« ensemble de règles, d'exigences et de lignes directrices spécifiques prévues pour le développement de déclarations environnementales de Type III pour une ou plusieurs catégories de produits (ISO 14025:2006) » Commission Européenne, 2013, [https://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/pdf/product-environmental-footprint-PEF-methode\\_fr.pdf](https://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/pdf/product-environmental-footprint-PEF-methode_fr.pdf)).

<sup>19</sup> Format d'affichage qui diffère selon que l'acteur est un SMAD, un éditeur de chaîne ou une plateforme de partage de vidéos en ligne, ce qui conduit à 3 formats d'affiches différents.

- Si à la suite de la mise en place d'une méthodologie commune de calcul, il était **envisagé la mise en place d'un dispositif de communication partagé par les acteurs ciblés par la loi REEN** (par exemple un équivalent de l'affichage environnemental prévu par l'article 13 de la loi AGEC).
- **Seriez-vous favorable** à une telle démarche ?
  - Si oui, pourquoi ? Si non, pourquoi ?

## **Modalités de participation à la consultation publique**

La présente consultation est ouverte aux services de télévision, aux services de médias audiovisuels à la demande et aux services de plateforme de partage de vidéos au sens de l'article 2 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, ainsi qu'à toute personne intéressée qui souhaiterait formuler des observations.

Les contributions doivent être adressées à l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique au plus tard le 20 janvier 2023 par voie électronique à l'adresse électronique [consultationREEN26@arcom.fr](mailto:consultationREEN26@arcom.fr) ou par voie postale à l'adresse suivante :

**ARCOM - Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique  
Direction des études, de l'économie et de la prospective  
Consultation Art.26 loi REEN Tour Mirabeau 39-43 quai André Citroën 75739  
PARIS Cedex 15**

Les contributions peuvent faire l'objet d'une publication. Les contributeurs sont ainsi invités à adresser à l'Autorité deux versions de leur réponse : une version confidentielle et une version publique occultant les éléments considérés comme confidentiels ou relevant du secret d'affaires. Les informations à caractère personnel recueillies par l'Arcom dans le cadre de cette consultation publique font l'objet d'un traitement destiné à l'examen des contributions et au recensement des contributeurs. Pour en savoir plus sur la gestion des données et le droit des personnes concernées, vous êtes invités à vous référer à l'annexe « Données à caractère personnel traitées dans le cadre de la consultation publique préalable à la publication de recommandations visant à informer les usagers de services audiovisuels de la consommation d'énergie et d'équivalents d'émissions de gaz à effet de serre liées à l'utilisation de ces services ».

## **Annexe : Données à caractère personnel traitées dans le cadre de la consultation publique préalable à la publication de recommandations visant à informer les usagers de services audiovisuels de la consommation d'énergie et d'équivalents d'émissions de gaz à effet de serre liées à l'utilisation de ces services**

L'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom), dont le siège est situé au 39-43, quai André Citroën, 75015 Paris, est amenée à traiter des données à caractère personnel dans le cadre de la consultation publique préalable à la publication de recommandations visant à informer les usagers de services audiovisuels de la consommation d'énergie et d'équivalents d'émissions de gaz à effet de serre liées à l'utilisation de ces services.

### **Objet du traitement de données**

- **Finalités**

Le traitement a pour objet le recueil et l'analyse des retours effectués dans le cadre de la consultation publique.

Il permet :

- de recueillir et conserver les contributions en vue de leur analyse ;
- le cas échéant, de contacter leurs auteurs pour approfondir les échanges ;
- de réaliser un suivi statistique des contributions reçues.

- **Base légale**

Article 6 (1) e du règlement général sur la protection des données – RGPD. Ce traitement de données relève de l'exercice de l'autorité publique dont est investi l'Autorité en application de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.

### **Données traitées**

- **Catégories de données traitées**

- Données d'identification (nom, prénom, civilité du contributeur) ;
- Coordonnées (adresse de courrier électronique, la fonction du contributeur) ;
- Toutes données fournies par le contributeur ;
- Date et heure de l'envoi de la ou des contribution(s).

- **Source des données**

Ces informations sont directement fournies par le contributeur à la consultation publique.



- **Prise de décision automatisée**

Le traitement ne prévoit pas de prise de décision automatisée.

### **Personnes concernées**

Les personnes concernées sont toute personne physique ou les personnes physiques représentant les personnes morales souhaitant participer à la consultation publique.

### **Destinataires des données**

- **Catégories de destinataires**

En fonction de leurs besoins respectifs et de leurs attributions, sont destinataires de tout ou partie des données :

- le collège de l'Arcom ;
- les agents de la direction des études, de l'économie et de la prospective de l'Arcom ;
- les agents de la direction des télévisions et de la vidéo à la demande de l'Arcom .

Les agents de l'Arcep et de l'Ademe concernés ont accès à des versions anonymisées des contributions.

- **Caractère obligatoire ou non de la fourniture des données .**
- **La fourniture des données est requise pour la prise en compte de votre contribution.**
- **Transferts des données hors UE**

Aucun transfert de données hors de l'Union européenne n'est réalisé.

### **Durée de conservation des données**

Les données d'identification et de contact relatives aux personnes concernées sont conservées cinq ans à compter de la date de fin de la consultation publique.

### **Sécurité**

Les mesures de sécurité sont mises en œuvre conformément à la politique de sécurité des systèmes d'information de l'Arcom.

### **Droits des personnes**

Les personnes physiques concernées bénéficient vis-à-vis de leurs données personnelles d'un droit d'accès, de rectification, d'opposition, et de limitation.

Pour toute information ou exercice des droits Informatique et Libertés sur les traitements de données personnelles traitées par l'Arcom, les personnes concernées peuvent contacter son Délégué à la protection des données (DPO) en accompagnant leur demande d'un justificatif d'identité :

- à l'adresse électronique suivante : [dpo@arcom.fr](mailto:dpo@arcom.fr)
- ou par courrier signé à l'adresse suivante :

Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique  
A l'attention du délégué à la protection des données  
39-43 Quai André Citroën, 75739 PARIS Cedex 15

L'autorité administrative compétente en matière de traitement de données à caractère personnel est la CNIL. Celle-ci peut être saisie de réclamations liées à l'utilisation de données à caractère personnel.