

LA PLACE DES MÉDIAS ET DES BIENS CULTURELS DÉMATÉRIALISÉS DANS L'ENVIRONNEMENT DES ENCEINTES CONNECTÉES

L'Arcep, l'Autorité de la concurrence et la CNIL se sont associées aux travaux de l'Hadopi et du CSA dans le cadre de leurs intérêts respectifs pour les enjeux liés aux enceintes connectées et aux assistants vocaux.

Les éditeurs sont de plus en plus nombreux à développer des offres pour les enceintes connectées, bien qu'aujourd'hui les revenus tirés de ce canal de distribution soient inexistantes.

Les fabricants d'enceintes connectées, et tout particulièrement Google et Amazon, ont, dès leur lancement, cherché à proposer une offre attractive de médias et de contenus culturels, en nouant des partenariats avec les éditeurs et en mettant en avant leurs propres services.

Le référencement des offres sur un terminal sans écran et sans clavier constitue un nouveau défi pour les éditeurs. Les enceintes connectées constituent moins un moteur de recherches que de résultats.

Aujourd'hui, le degré de connaissance des services disponibles et de leurs modalités de référencement est relativement bas chez les utilisateurs.



CHIFFRES CLÉS

46 %

des internautes français* ont déjà utilisé un assistant vocal, que ce soit sur un *smartphone*, un ordinateur, une tablette, une enceinte ou une télévision directement connectée à Internet (« smart TV »).

10 %

des internautes* ont déjà utilisé une enceinte connectée.

11 %

des internautes* possèdent au moins une enceinte connectée à commande vocale parmi les trois marques principales du marché (Google Home, Amazon Echo et Apple Homepod).

80 %

des utilisateurs réguliers d'enceintes connectées ont recours aux services des plateformes de *streaming* musical, gratuits ou payants pour écouter de la musique.

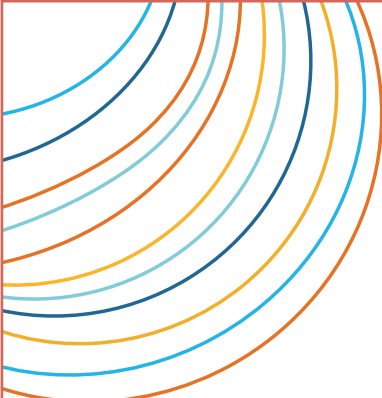
63 %

des utilisateurs réguliers d'enceintes connectées et des non utilisateurs estiment qu'elles peuvent constituer une menace pour leur vie privée.

60 millions

d'Américains sont équipés d'enceintes connectées en décembre 2018, soit environ 25 % de la population adulte, en hausse de 30 % sur un an avec une accélération lors des fêtes de fin d'année.


* des internautes français de 15 ans et plus




ASSISTANTS VOCAUX ET ENCEINTES CONNECTÉES

l'impact de la voix sur l'offre et les usages culturels et médias

2019



Hadopi  CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

4 ENJEUX LIÉS AU DÉVELOPPEMENT DES ENCEINTES CONNECTÉES ET DES ASSISTANTS VOCAUX

L'Hadopi et le CSA ont identifié quatre grands enjeux liés au développement des enceintes connectées et des assistants vocaux pour les éditeurs de services audiovisuels et culturels présents dans ces environnements.

- **Le regain d'intérêt des consommateurs pour les médias sonores** ouvre des perspectives de développement pour ces services si les audiences se développent et si les modèles économiques sous-jacents sont équilibrés ;
- **Le cumul d'intermédiaires puissants entre éditeurs et consommateurs** soulève des questions de captation et de répartition de la valeur au détriment des éditeurs en bout de chaîne, dans un contexte d'absence de croissance du marché publicitaire radiophonique ;
- **L'absence d'écran, la réponse unique et les accords commerciaux** font des conditions de reprise et de référencement des services légaux des facteurs plus que jamais déterminants pour la diversité de l'offre, laquelle pourrait néanmoins être favorisée par le développement à venir des services disponibles sur ces terminaux ;
- **Les spécificités des enceintes connectées, en particulier l'interaction vocale et la concentration des acteurs**, créent un risque d'enfermement des consommateurs. Ce risque est accentué par le faible niveau d'information des utilisateurs et le faible recours aux possibilités de paramétrages.



LE MARCHÉ FRANÇAIS

- Une trentaine de modèles d'enceinte connectée sont disponibles sur le marché français.
- En **février 2019, un internaute français sur dix utilisait au moins une enceinte connectée** Google Home, Amazon Echo, ou Apple HomePod notamment.
- La notoriété de la marque de l'enceinte et le prix ressortent comme les principaux critères de choix des enceintes connectées.
- **77 % des utilisateurs réguliers d'enceintes connectées sont abonnés** à une offre de télévision payante, de vidéo à la demande par abonnement ou de musique en ligne (contre **46 %** des internautes français).
- Bien que fortement abonnés à des offres légales, les internautes utilisant un assistant vocal ou une enceinte connectée ont aussi tendance à consommer plus souvent des biens culturels en ligne de manière illicite. Si les enceintes connectées ne sont pas aujourd'hui un vecteur de pratiques illicites, des applications illicites dédiées à ces appareils pourraient apparaître à mesure que les services proposés se développeront.
- Les usages sont encore relativement basiques, en dehors de quelques profils initiés qui ont paramétré leurs enceintes pour en utiliser les fonctionnalités les plus avancées.
- Parmi les pratiques culturelles, **l'écoute de musique est de loin la plus répandue**.
- Considérées comme un « gadget » par environ un quart des utilisateurs, les enceintes connectées ont encore un potentiel de développement limité en France. On estime que seulement **4 %** des internautes non équipés auraient l'intention d'acheter une enceinte connectée en 2019.

LES ASSISTANTS VOCAUX : UN MODE D'INTERACTION QUI MODIFIE LE RAPPORT À LA MACHINE

Siri, Google Assistant, Alexa et Cortana sont les principaux assistants vocaux généralistes disponibles en France.

Les assistants vocaux à destination du grand public ont d'abord été accessibles sur des terminaux mobiles (*smartphone* et tablette tactile).

L'offre de terminaux et les fonctionnalités proposées par les assistants vocaux évoluent très rapidement. Ils dépendent très largement des zones géographiques (et en particulier des avancées en matière de traduction), ainsi que du type de terminaux auxquels ils sont intégrés et des enjeux industriels qui y sont rattachés.

La qualité de l'assistant dépend des technologies de reconnaissance vocale et de traitement du langage naturel (permettant à l'assistant de comprendre la question et d'y répondre de manière univoque).

Le fait de parler à une machine apparaît comme une réelle innovation, relativement bien acceptée par les utilisateurs.

