

L'Arcom et l'Arcep, en lien avec l'ADEME, publient une étude inédite sur l'impact environnemental des usages audiovisuels en France en 2022 et à l'horizon 2030

Pour la première fois, les usages audiovisuels des Français font l'objet d'une évaluation de leur impact environnemental à travers une étude inédite, conduite par l'Arcom et l'Arcep en collaboration avec l'ADEME, conformément à la loi « Climat et résilience »¹.



Cette étude, réalisée avec l'appui du cabinet I Care by Bearing Point, évalue l'impact environnemental des principaux modes de diffusion audiovisuelle en 2022, en tenant compte des éléments qui y concourent : les terminaux (équipements utilisateurs), les réseaux (haut et très haut débits fixes, mobiles, hertzien terrestre et satellitaire) et les centres de données. Elle couvre les principaux usages audiovisuels : TV et radio en linéaire et en différé, vidéo à la demande, streaming audio et vidéo, et plateforme de partage de vidéo.

ETAT DES LIEUX

Les usages audiovisuels étudiés représentent 2,9 % de la consommation électrique de la France, soit 13 TWh, et 0,9 % de son empreinte carbone. L'empreinte carbone des usages audiovisuels représente en effet 5,6 millions de tonnes équivalent CO₂ soit environ un tiers de l'empreinte carbone du numérique calculée dans l'étude Arcep-ADEME en France.

Les terminaux, en particulier les téléviseurs, sont les premiers contributeurs aux impacts environnementaux des usages audiovisuels et génèrent l'essentiel des impacts environnementaux (entre 72 % et 90 % selon les indicateurs : impact carbone, ressources minérales et métalliques ou consommation d'énergie finale), suivis des réseaux (entre 9 % et 26 %) et des centres de données (entre 1 % et 3 %).

Les réseaux fixe et mobile représentent près de 95 % de l'impact carbone des réseaux sollicités pour les usages audiovisuels, en raison de la part prépondérante de la vidéo à la demande et de la TV linéaire en IPTV. Les 5 % restants correspondent au réseau hertzien de diffusion de la télévision (TNT) et de la radio (FM, DAB+).

L'impact des usages dépendant en premier lieu du terminal utilisé, la TV linéaire, qui représente 70% des usages vidéo et est principalement regardée sur des téléviseurs, a de fait le plus fort impact environnemental (70% de l'impact carbone des usages vidéo) notamment en raison de l'empreinte importante associée à l'étape de fabrication du terminal.

L'étude met également en évidence que la publicité peut augmenter jusqu'à 25 % l'impact carbone du visionnage de contenus vidéo, en particulier pour les usages sollicitant de la publicité programmatique (plateformes de partage de vidéos, TV de rattrapage, etc.). Leviers pour diminuer cet impact.

1. La loi climat et résilience du 22 août 2021 traduit une partie des 146 propositions de la Convention citoyenne pour le climat (CCC). Elle vise à réduire massivement les émissions de gaz à effet de serre. Elle prévoit dans son article 15 la publication d'un rapport mesurant l'impact environnemental des différents modes de diffusion des services de médias audiovisuels.



Sans action pour limiter la croissance de l'impact environnemental des usages audiovisuels, leur empreinte carbone pourrait augmenter de 30 % d'ici 2030. Une combinaison des mesures d'écoconception et de sobriété pourrait au contraire la diminuer d'un tiers.

L'écoconception des terminaux et l'allongement de leur durée de vie constituent ainsi des leviers majeurs pour réduire l'impact carbone des usages audiovisuels. Les mesures de sobriété (par exemple diminution de la résolution vidéo, tout particulièrement sur le réseau mobile) permettraient de réduire l'impact de la vidéo à la demande.

Ainsi l'étude permet d'identifier des leviers d'action :

- accroître la durabilité et la réparabilité des terminaux pour allonger leur durée de vie, et développer le reconditionnement ;
- encourager l'écoconception des services audiovisuels pour diminuer les ressources mobilisées sur le cycle de vie du service numérique (par exemple par l'utilisation de codecs adaptés ou de logiciels open-source).
- promouvoir une démarche de sobriété numérique en proposant des paramétrages sobres (qualité d'image et de son notamment) et en limitant les stratégies de captation de l'attention (par exemple bannir la lecture automatique ou limiter la captation des données à des fins publicitaires) ;
- rendre accessible l'information sur les impacts environnementaux des usages audiovisuels pour sensibiliser les utilisateurs aux enjeux environnementaux.

Ces pistes d'action invitent à une mobilisation de l'ensemble des parties prenantes (fournisseurs de services, équipementiers, consommateurs, ...) pour que chacun prenne sa part pour réduire l'empreinte environnementale des usages audiovisuels. ■



Pour en savoir plus :

WWW.ARCOM.FR/SE-DOCUMENTER/ETUDES-ET-DONNEES

Pour télécharger les résultats de l'étude :

WWW.LIBRAIRIE.ADEME.FR

Impact environnemental des usages audiovisuels en France

iCare

Arcom

ARCEP

RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

ADEME