

Depuis 2 ans, le secteur de la publicité s'est attelé au défi de mesurer son empreinte carbone et de nombreuses initiatives ont émergé, de la part des régies, des agences mais aussi de collectifs interprofessionnels et de tiers indépendants. Ces travaux se sont révélés d'autant plus complexes que les activités publicitaires sont particulièrement interconnectées entre différents maillons de la chaîne de valeur et largement digitalisées. Il était donc nécessaire pour chaque média de travailler collectivement à une méthodologie transparente, rigoureuse et co-construite avec des experts de la mesure carbone, et facilement adoptable par tous les calculateurs existants. Après avoir œuvré au sein du SRI sur un référentiel de l'empreinte carbone de la publicité digitale, le SNPTV met à disposition un référentiel spécifique à la publicité TV linéaire. Ce document sera suivi d'ici l'été par la réalisation d'une calculatrice carbone commune à l'ensemble des régies du SNPTV.

Les membres du SNPTV, TF1 Publicité, M6 Publicité, France TV Publicité, Canal+ Brand Solutions, Altice Media Ads & Connect, Amaury Media, belN REGIE et Paramount, se sont constitués en groupe de travail, accompagnés par le cabinet spécialisé BL évolution, afin de s'accorder sur un périmètre de calcul et des hypothèses méthodologiques qui seront détaillés dans cette note. Ce référentiel sera accompagné d'une base de données, issues de données de marché et de données moyennées validées par le groupe de travail, ainsi que par des experts comme Médiamétrie, afin d'être intégrées aux calculateurs des régies.

Nous espérons que ce référentiel, mis à disposition de l'ensemble du marché permettra de contribuer à la construction d'une mesure fiable, harmonisée et interopérable de l'empreinte carbone de la publicité, adoptée par tous les acteurs impliqués dans la mesure carbone, et alignée avec les engagements de la Filière Communication.

SOMMAIRE

- 1. Mesurer l'empreinte carbone : un défi impérieux et urgent**
- 2. La chaîne de l'empreinte carbone d'un service de publicité TV linéaire**
- 3. Notre référentiel : partis pris méthodologiques**
- 4. Recommandations pour l'intégration aux calculateurs**
- 5. Lexique et définitions**
- 6. Prochaines étapes**

1

MESURER L'EMPREINTE CARBONE : UN DÉFI IMPÉRIEUX ET URGENT

Pourquoi et comment calculer l'empreinte carbone ?

Les derniers rapports du GIEC ont permis de synthétiser et diffuser le consensus scientifique qui établit le lien entre changement climatique et émissions de gaz à effet de serre (GES) issues des activités humaines. Les années 2015 à 2022, les plus chaudes jamais enregistrées, ont rendu plus prégnantes encore aux yeux du grand public la rapidité de ce changement et ses graves conséquences. Dans la lignée des Accords de Paris de 2015, la France a défini une Stratégie Nationale Bas Carbone visant à diviser par 6 ses émissions de GES afin d'atteindre un objectif global de neutralité carbone d'ici 2050.

Afin de contribuer à cette trajectoire globale et nationale, il est nécessaire de mesurer les émissions de GES des produits et services de l'intégralité des activités humaines, sur l'ensemble de leur durée de

vie, afin que chaque filière puisse identifier ses marges de progression et agir sur son périmètre de responsabilité.

La mesure de l'empreinte carbone nécessite de faire appel à des estimations, sur la base de données transparentes et partagées. L'unité commune retenue par la méthodologie de référence Bilan Carbone est la tonne équivalent CO₂ (t CO₂e). L'objectif de la démarche du SNPTV sera donc d'aboutir à une mesure de l'empreinte de la diffusion d'un service de publicité TV exprimée en t CO₂e.

Pour cela, notre partenaire BL évolution s'est appuyé sur la méthodologie Bilan Carbone et les bases carbone de facteurs d'émissions mis à disposition par l'ADEME afin d'appliquer à notre activité de publicité TV le mode de calcul ci-dessous :

Quel est le mode de calcul d'une empreinte carbone ?

Émission de CO₂

=

Quantité
consommée

×

Facteur
d'émission

La quantité consommée est une donnée utile qui s'exprime dans l'unité du produit.

Par exemple les litres pour l'essence ou le fioul.

Les facteurs d'émission (FE) donnent la quantité émise quand on consomme une quantité de produit.

Par exemple, quand nous brûlons un litre d'essence nous émettons 2,7 kg de CO₂.

Source : Base Carbone, ADEME

Nos engagements en tant que membres de la filière Communication

En 2021, la Filière Communication a pris des engagements publics pour **intégrer dans une feuille de route commune les enjeux de transition écologique**, notamment le déploiement d'outils de mesure de l'empreinte carbone des communications publicitaires. Le SNPTV et ses adhérents ont souscrit à ces engagements, et les ont renforcés notamment à travers les Contrats Médias Climat remis en 2022 à l'ARCOM, en accord avec la loi Climat & Résilience.

Ce référentiel a donc pour objet de contribuer pleinement à cet engagement en mettant à disposition de la filière publicitaire :

- **Une équation carbone de la diffusion de la publicité TV** robuste, définie par un prestataire tiers expert, en accord avec les recommandations de l'ADEME, en termes de méthodologie et de périmètre retenu
- **Des hypothèses partagées par tous les membres du SNPTV**, sur la base de leur connaissance précise de ce métier, en particulier certains points techniques concernant ses différents modes de diffusion et sa mesure d'audience particulière
- **Une articulation avec le référentiel digital du SRI** pour proposer une méthodologie applicable au média TV classique mais aussi à ses modes de diffusion digitale.

Décomposition de la chaîne de valeur et des facteurs d'émission associés à chaque étape

Le SNPTV a retenu une **approche « servicielle »** afin d'estimer les émissions carbone à l'échelle non pas d'une organisation (comme le fait habituellement un Bilan Carbone), mais d'un service

nécessitant la contribution de plusieurs organisations, en l'espèce, la diffusion d'une campagne TV : l'unité de mesure sera donc la campagne, soit la diffusion d'un spot de X secondes auprès d'une audience Y.

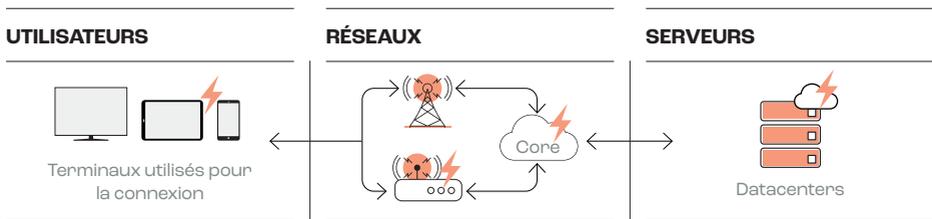
Un service de publicité TV fait appel à différentes catégories d'acteurs, ayant chacun leur fonction et leurs impacts carbone potentiels, que nous avons décomposés comme suit :

ACTEURS	FONCTION	IMPACTS CARBONE POTENTIELS
Annonceurs et agences média	<ul style="list-style-type: none"> • Production des spots de publicité • Achat d'espaces de diffusion pour les spots 	<ul style="list-style-type: none"> • Achats, déplacements, déchets, consommations d'énergie liés à la production du spot • Echanges de données et mails, réunions et déplacements liés à l'achat d'espaces de diffusion • Autres activités supports des agences
Régies médias	<ul style="list-style-type: none"> • Vente d'espaces de diffusion publicitaires • Diffusion des publicités sur ces espaces 	<ul style="list-style-type: none"> • Consommation d'énergie et ressources liées à la sollicitation des serveurs de stockage et des réseaux de diffusion • Echanges de données et mails, réunions et déplacements liés à la vente d'espaces de diffusion • Autres activités supports de la régie
Partenaires tiers	<ul style="list-style-type: none"> • Attribution des espaces en programmation • Tracking des performances 	<ul style="list-style-type: none"> • Consommation d'énergie et ressources liées à la sollicitation des serveurs des tierces parties et des réseaux internet pour l'échange de données liées à l'attribution des espaces de tracking des performances de la publicité (en amont et aval de la diffusion)
Consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> • Visionnage du contenu publicitaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Consommation d'énergie et ressources des appareils domestiques de connexion au réseau (CPE) • Consommation d'énergie et ressources des terminaux sur la durée de visionnage de la publicité

La méthodologie retenue se concentre sur la **diffusion télévisée des publicités**, c'est-à-dire la livraison d'un contenu créatif au format vidéo depuis son serveur d'hébergement, jusqu'à l'utilisateur final. Le reste des éléments ne sont pas considérés dans la méthodologie mais ont vocation à

être pris en compte dans un calculateur souhaitant modéliser l'ensemble de l'impact d'une campagne de publicité : émissions liées à la production des contenus, émissions liées aux frais de siège des différents acteurs de l'entité...

Nos travaux ont consisté à réaliser **une analyse de cycle de vie pour chaque étape de la diffusion TV**, sur les trois « tiers » d'un service numérique : les serveurs, les réseaux sollicités pour le stockage et la diffusion, ainsi que les terminaux utilisés pour le visionnage.



Un périmètre de référence pour l'analyse de cycle de vie en ligne avec les recommandations de l'ADEME et compatible avec le socle digital du SRI

Pour simplifier la lecture, les postes d'émissions classiques liés au cycle de vie des équipements sont regroupés en 3 catégories :

AMONT (Fabrication, distribution)	UTILISATION	FIN DE VIE
<ul style="list-style-type: none"> • Matières premières et fabrication : émissions liées à la fabrication des équipements. • Transport : émissions liées au transport des équipements avant installation. 	Utilisation des serveurs, réseaux et équipements utilisateurs.	Traitement des équipements en fin de vie.

Afin de déterminer le périmètre à retenir dans l'analyse de cycle de vie des trois composantes de la diffusion d'une publicité TV, notre partenaire le cabinet BL

Evolution a analysé la littérature existante et les recommandations de l'ADEME, en particulier du PCR Services Numériques, et retenu le périmètre ci-dessous :



PHASE DU CYCLE DE VIE	SERVEURS	RÉSEAUX	TERMINAUX
AMONT (Fabrication, distribution)	❌ EXCLU	❌ EXCLU	✅ INCLUS
UTILISATION	✅ INCLUS	✅ INCLUS	✅ INCLUS
FIN DE VIE	❌ EXCLU	❌ EXCLU	✅ INCLUS

Le **cycle de vie des terminaux utilisateurs** représente une part très significative de l'impact de la plupart des services numériques. Il est ainsi nécessaire de l'inclure dans le périmètre de cette mesure d'impact, bien que cela ne représente pas un levier de réduction direct pour tous les acteurs du numérique, et en particulier les régies.

Le cycle de vie amont et aval des **serveurs et réseaux** demeurent exclus à ce stade car il semble prématuré de les analyser à une échelle aussi fine que celle d'une campagne TV, alors que de nombreuses données sont encore manquantes (notamment celles liées aux services externalisés). Ces étapes-là seront cependant à étudier dans les années qui viennent car l'objectif demeure d'intégrer l'ensemble de leur cycle de vie.

A noter que ces choix sont alignés avec ceux recommandés par la V1 du référentiel SRI sur les campagnes digitales, dans un objectif de cohérence et d'inter-opérabilité des résultats. Une mise à jour est d'ores et déjà prévue pour intégrer les nouveautés de la V2 du référentiel SRI qui sera publiée prochainement.

L'outil commun DK souscrit par les régies membres du SNPTV intégrera dès son lancement les nouveautés de la V2 et le présent référentiel mis à jour.

3

NOTRE RÉFÉRENTIEL : PARTIS PRIS MÉTHODOLOGIQUES

L'enjeu de ce référentiel était de proposer un équilibre satisfaisant entre d'une part un bon niveau de granularité de l'analyse afin de prendre en compte la diversité et la complexité de la diffusion TV, et d'autre part une appropriation facilitée de la mesure, en s'appuyant sur des règles de moyennisation partagées quand cela était possible. Cela a amené les membres du SNPTV, avec le conseil de BL évolution, à s'accorder unanimement sur plusieurs partis pris méthodologiques que nous allons détailler ci-dessous.

Une modélisation spécifique pour distinguer les impacts des 3 principaux modes de diffusion de la publicité TV

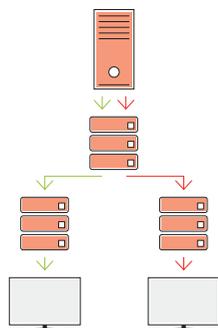
La télévision a la particularité de faire appel à plusieurs modes de diffusion différents :

- Le « **Broadcast** » qui utilise les technologies **TNT et Satellite**
- **L'IPTV** (Internet Protocol TeleVision) qui s'appuie sur les box Internet et décodeurs des Fournisseurs d'Accès à Internet (FAI) par une technologie **Multicast**
- Le **Digital OTT** (Over-The-Top) qui propose une diffusion par Internet sans passer par les box FAI, directement vers le terminal utilisateur en **Unicast**.

Ces modes de diffusion sollicitent des infrastructures réseaux et serveurs différentes, c'est pourquoi il était impératif de les distinguer dans le calcul de l'empreinte carbone d'une campagne, en établissant des règles de modélisation et de répartition harmonisées.

Le schéma ci-dessous représente les choix retenus, partagés par toutes les régions :

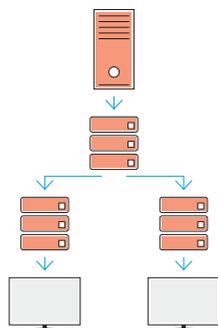
DIGITAL OTT



UNICAST

1 appel serveur
1 transfert réseau
par terminal connecté

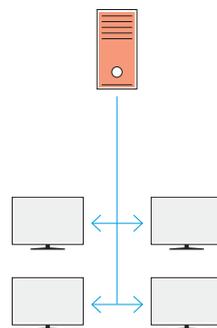
IPTV FAI



MULTICAST

1 appel serveur
1 transfert réseau
par diffusion

SATELLITE TNT



BROADCAST

1 appel serveur
1 transfert réseau
par diffusion

Un facteur de conversion harmonisé pour prendre en compte la spécificité de l'audience TV

L'audience de la télévision est aujourd'hui **mesurée par Médiamétrie**, tiers indépendant de référence, selon différentes conventions que le SNPTV a souhaité prendre en compte afin de rendre l'outil le plus inter-opérable possible avec les outils et indicateurs de marché.

La publicité TV étant dans son immense majorité achetée et donc mesurée sur cibles commerciales, il a été décidé d'intégrer le facteur audience dans l'équation carbone en s'appuyant sur la **cible de référence la plus large : celle des individus 4+**, qui mesure l'ensemble des individus de plus de 4 ans présents devant l'écran.

Cela ne correspond pas exactement à l'indicateur nécessaire pour un calcul carbone, qui cherche à estimer le nombre de terminaux visionnant la publicité. Il était donc nécessaire d'appliquer un **facteur de conversion** afin de prendre en compte la possibilité que plusieurs individus soient rassemblés devant un même terminal (écoute conjointe). Ce facteur a été calculé par Médiamétrie pour l'ensemble des chaînes sur le périmètre : périmètre domicile et hors-domicile, en 3h-27h Live toutes chaînes sur 12 mois glissants de juin 2021 à mai 2022, hors consommation des écrans digitaux (qui ne sont pas inclus dans le Médiamat).

Évolution de la mesure cross média prévue par Médiamétrie



Chaque calculateur carbone devra donc intégrer en donnée d'entrée l'audience 4+ réalisée par l'écran, qui sera ensuite convertie en audience « foyer ».

A noter qu'à ce jour, une partie de l'audience réelle n'est pas mesurée par

Médiamétrie, notamment celle réalisée sur les écrans digitaux à domicile. Le SNPTV a choisi de s'aligner sur le périmètre actuel du Médiamat, sans appliquer de correction supplémentaire, mais cela évoluera en 2024 avec l'élargissement de la mesure cross média prévue par Médiamétrie.

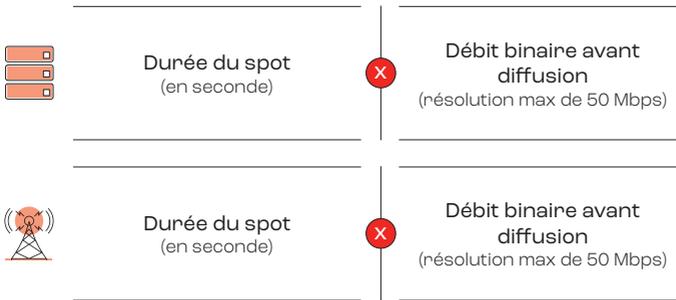
Une mesure s'appuyant sur la durée du spot diffusé

Les membres du SNPTV ont choisi d'**intégrer en donnée d'entrée la durée du spot diffusé** : cet indicateur simple d'accès permettra d'alimenter des calculs plus granulaires sur la sollicitation des serveurs et des réseaux lors de sa diffusion, en s'appuyant sur les débits binaires correspondant à chaque mode de diffusion.

Définition

Le débit binaire (en anglais « bitrate ») est une mesure de la quantité de données numériques transmises par unité de temps, généralement exprimée en bit par seconde.

Cette donnée d'entrée a été préférée par le SNPTV à celle du poids du spot, car ce poids peut varier pour un même spot selon le mode de diffusion et sa résolution.



Une prise en compte simplifiée des différents débits binaires correspondant aux niveaux de qualité de la diffusion TV

Le SNPTV s'est appuyé sur des experts techniques des chaînes et d'Altice, Canalsat et FranceSat pour définir des **débits binaires moyens sur chaque mode de diffusion**. En effet, il aurait été trop complexe d'appliquer les débits réels de

chaque standard de diffusion (SD/HD/HD+) d'autant plus que la répartition de l'audience par qualité d'image n'est pas disponible à ce jour. Ces moyennes sont précisées dans la base de données associée au référentiel.

4

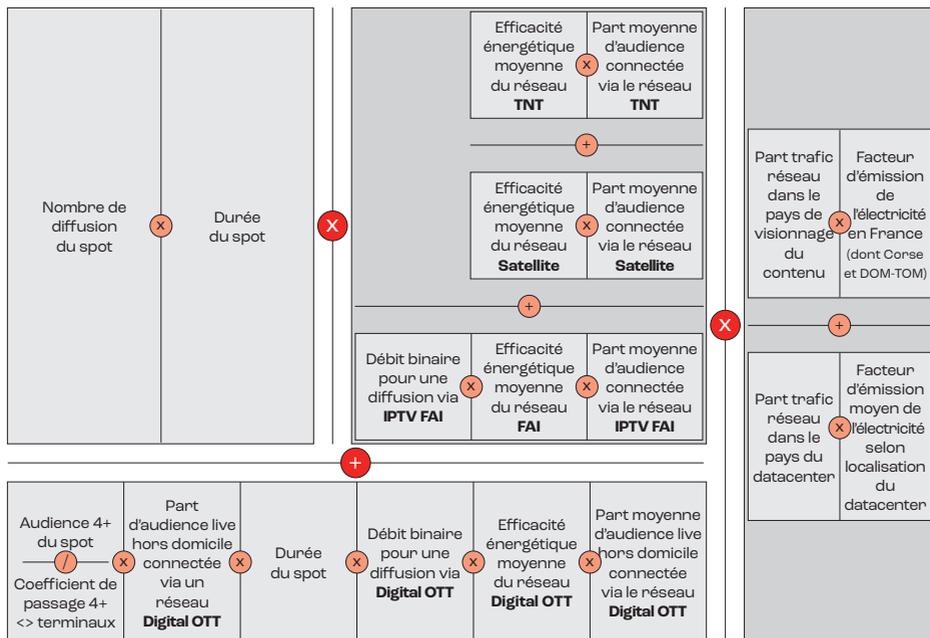
RECOMMANDATIONS POUR L'INTÉGRATION AUX CALCULATEURS

Le référentiel s'articule en 3 parties :

- Des **schémas de modélisation** afin de détailler de façon explicite les équations carbone qui sous-tendent les calculs.
- Des **indicateurs de sortie** afin que l'ensemble des calculateurs expriment leur résultat de façon harmonisée.
- Une **base de données** pour alimenter les calculateurs avec des estimations de marché partagées et certifiées par des experts de la mesure carbone et des experts techniques de la diffusion média TV.

Exemple de schéma de modélisation

Modélisation de la consommation des réseaux



L'empreinte des transferts réseaux se mesure en additionnant, l'empreinte des transferts via TNT, Satellite et IPTV FAI, qui sont fonction du nombre de diffusions du spot, avec l'empreinte des transferts via Digital OTT, qui sont fonction du nombre de terminaux connectés.

Pour la partie Digital OTT, nous calculons le nombre de terminaux connectés selon la méthode vue p.9, en s'appuyant sur la part de l'audience 4+ reçue via Digital OTT, fournie par Médiamétrie. Nous appliquons également le facteur de conversion vu en

p.9 afin de prendre en compte l'audience conjointe : à noter qu'il s'agit d'un facteur de conversion moyen, également fourni par Médiamétrie, qui n'a pas été calculé spécifiquement sur le mode de connexion OTT mais sur l'ensemble des modes de consommation de la TV. Ce taux est ici appliqué à défaut d'estimation plus précise : ce point figure donc parmi les travaux d'amélioration prévus pour une prochaine version du référentiel quand nous disposerons d'éléments plus spécifiques à la consommation OTT.

Indicateurs d'entrée et de sortie

Indicateurs d'entrée

Durée du spot	Nombre de diffusions	Audience 4+
x secondes	x	x

En concertation avec Médiamétrie et dans un souci de cohérence avec la donnée d'entrée unique en audience 4+, toute mesure de performance carbone (indicateur de sortie) ne devra prendre en compte que l'audience 4+.

Indicateurs de sortie

Impact total	Impact / vue
X kg CO ₂ e	X kg CO ₂ e / téléspectateurs 4+

Base de données

La base rassemble plusieurs catégories de données :

- Des **données d'entrée des calculateurs** variables selon la régie et la campagne mais dont la nature est harmonisée par le socle commun SNPTV
- Des **données partagées par le marché** qui ne varient pas entre régies et sont harmonisées par le socle commun SNPTV
- Des **données à préciser par les régies** variables selon la régie mais dont les valeurs moyennes à prendre par défaut sont harmonisées par le socle commun SNPTV.

Ces données sont principalement issues de bases de données ou rapports en accès libre, ainsi que d'estimation métiers spécifiques qui ont été réalisées dans le cadre du groupe de travail.

Principales données marché modélisées dans la base de données :



RÉSEAUX

- **Efficacité** moyenne des réseaux de diffusion
- **Débit binaire** moyen par réseau de diffusion
- Répartition moyenne de **l'énergie consommée** par les réseaux entre le pays de stockage et le pays de visionnage des contenus



TERMINAUX

- **Puissance moyenne** des terminaux de visionnage
- **Durée de vie utile** moyenne des terminaux de visionnage
- Impact moyen de **fabrication** et **fin de vie** des terminaux de visionnage



GÉNÉRAL

- Impact de **l'électricité** selon le pays et le mode de production
- Coefficient de passage **audience 4+ <> Nombre de terminaux**

Base de données à disposition des régies et de leurs partenaires :

La base est composée des données fixes du socle commun (évolutif suivant une veille permanente et l'enrichissement collectif de la part des membres du groupe de travail du SNPTV) et de données paramétrables pour les régies qui opteront pour des niveaux de granularité d'information plus fin :

- Le niveau 1 correspond à des données internes qui peuvent être utilisées en complément des données fournies par le socle commun, en fonction de leur disponibilité.
- Le niveau 2, destiné aux régies ayant déjà avancé dans la mesure, pourra se faire en autonomie avec la validation des données par un prestataire externe.
- Enfin, le niveau 3, destiné aux régies les plus matures, permettra de creuser

les données liées aux serveurs et aux mécanismes d'allocation. Ce niveau, permettra de façon itérative, d'affiner les connaissances et donc de faire évoluer la base de données du SNPTV et contribuer à l'expertise collective.

Ci-dessous un descriptif de la base de données du SNPTV avec l'ensemble des indicateurs mis à disposition des régies pour accompagner la mise en oeuvre du référentiel. Toutes les données indiquées dans les niveaux 2 et 3 ont des valeurs par défaut (modélisées ou issues de la littérature) dans le socle commun, ce qui permet de réaliser des calculs sur une base partagée même sans une collecte approfondie.

Tiers concerné	Impact associé	Pris en compte	Description de la donnée	Correspondance niveau de collecte du socle méthodologique	
 Serveurs	Consommation d'énergie		Part d'audience connectée via un réseau digital (hors IPTV)	Niveau 3	
			Nombre de diffusions du spot	Donnée d'entrée	
			Audience 4+ du spot	Donnée d'entrée	
			Coefficient de passage audience 4+ <> Nombre de terminaux	Donnée commune	
			Durée du spot	Donnée d'entrée	
			Débit binaire interne avant transcodage	Niveau 1	
			Efficacité énergétique moyenne d'un serveur	à l'international	Niveau 3
				en France	Niveau 3
			Part moyenne des données hébergées	à l'international	Niveau 3
				en France	Niveau 3
			PUE moyen d'un datacenter	Niveau 3	
	Facteur d'émission de l'électricité en	en France continentale	Niveau 3		
à l'international		Niveau 3			
Fabrication, assemblage, distribution et fin de vie					
 Réseaux	Consommation d'énergie		Nombre de diffusions du spot	Donnée d'entrée	
			Audience 4+ du spot	Donnée d'entrée	
			Coefficient de passage audience 4+ <> Nombre de terminaux	Donnée commune	
			Durée du spot	Donnée d'entrée	
			Débit binaire moyen pour une diffusion	via TNT	Donnée commune
				via Satellite	Donnée commune
				via IPTV FAI	Donnée commune
				via OTT	Donnée commune
			Part moyenne de d'audience connectée	via le réseau TNT	Niveau 3
				via le réseau Satellite	Niveau 3
				via l'IPTV FAI	Niveau 3
				via OTT (réseaux internet)	Niveau 3
			Efficacité énergétique moyenne du réseau	TNT	Donnée commune
				Satellite	Donnée commune
				IPTV FAI (wifi)	Donnée commune
				OTT	Donnée commune
	Part trafic réseau dans le pays	de visionnage du contenu	Donnée commune		
du datacenter		Donnée commune			
Facteur d'émission de l'électricité	en France (dont Corse et DROM)	Niveau 2			
	selon localisation du serveur	Niveau 3			
Fabrication, assemblage, distribution et fin de vie					

Tiers concerné	Impact associé	Pris en compte	Description de la donnée	Correspondance niveau de collecte du socle méthodologique	
 Utilisateurs	Consommation d'énergie	<input checked="" type="checkbox"/>	Audience 4+ du spot	Donnée d'entrée	
			Coefficient de passage audience 4+ <> Nombre de terminaux	Donnée commune	
			Durée du spot	Donnée d'entrée	
			Part d'audience	sur téléviseur	Niveau 3
				sur smartphone	Niveau 3
				sur ordinateur	Niveau 3
				sur tablette	Niveau 3
			Part moyenne d'audience connectée	via le réseau TNT	Niveau 3
				via le réseau Satellite	Niveau 3
				via l'IPTV FAI	Niveau 3
				via OTT via un réseau wifi	Niveau 3
			Puissance moyenne	d'une TV allumée	Donnée commune
				d'un smartphone en ligne	Donnée commune
				d'un ordinateur en ligne	Donnée commune
	d'une tablette	Donnée commune			
	d'un décodeur TV TNT	Donnée commune			
	d'un décodeur TV satellite	Donnée commune			
	d'un décodeur IPTV FAI	Donnée commune			
	d'une box internet actif	Donnée commune			
	Facteur de conversion heure <> seconde	Donnée commune			
	Facteur d'émission de l'électricité en France	Niveau 2			
	Fabrication, assemblage, distribution et fin de vie	<input checked="" type="checkbox"/>	Durée de vie moyenne	d'une TV	Donnée commune
				d'un smartphone	Donnée commune
d'un ordinateur				Donnée commune	
d'une tablette				Donnée commune	
d'un décodeur (tous types)				Donnée commune	
d'une box internet				Donnée commune	
Durée d'utilisation quotidienne			d'une TV	Donnée commune	
			d'un smartphone	Donnée commune	
			d'un ordinateur portable	Donnée commune	
			d'une tablette	Donnée commune	
			d'un décodeur (tous types)	Donnée commune	
d'une box internet			Donnée commune		
Impact de la fabrication, distribution et fin de vie			d'une TV	Donnée commune	
			d'un smartphone	Donnée commune	
			d'un ordinateur	Donnée commune	
			d'une tablette	Donnée commune	
	d'un décodeur	Donnée commune			
d'une box internet	Donnée commune				

BROADCAST

Mode de transmission dans lequel un émetteur transmet un même flux vidéo et audio vers un grand nombre de destinataires au sein d'une zone de couverture. Dans le cadre des réseaux informatiques, le mode broadcast s'oppose aux modes "multicast" et « unicast » désignant la transmission d'un flux vers un groupe donné de destinataires ou vers un unique destinataire.

AUDIENCE 4+

Estimation du nombre de téléspectateurs de plus de 4 ans ayant visionné un programme ou écran TV. [Ces données sont actuellement calculées par Médiamétrie sur la base d'un panel représentatif incluant les usages sur écran TV à domicile, et sur écrans mobiles hors domicile.](#)

Dans ce référentiel, l'audience 4+ de chaque écran publicitaire constitue une donnée d'entrée pour les calculs, à saisir pour chaque campagne publicitaire dont on voudra calculer l'empreinte carbone.

IPTV

Offre de télévision proposée et contrôlée par les Fournisseurs d'Accès à Internet. L'utilisateur dispose, à travers de la SetTopBox de son FAI, d'un bouquet de chaînes de télévision et de différents services (Replay, Start-Over, TimeShifting, NPVR).

ÉCOUTE CONJOINTE

Comportement d'audience où, au sein d'un même foyer, deux personnes ou plus regardent ou écoutent ensemble le même programme. Dans le panel Médiamat, l'indicateur d'écoute conjointe quantifie la part de l'audience réalisée au sein d'un même foyer par plusieurs personnes de façon simultanée sur le même poste. Le calcul de cet indicateur nécessite une cible de référence puis les autres membre du foyer avec lesquels on veut mesurer cette écoute conjointe.

SERVICES OTT ou « OVER THE TOP »

Services de vidéo, TV linéaire ou VOD, diffusés directement via Internet par des équipements OTT, "par dessus" la bande passante des opérateurs réservée pour la diffusion des services de télévision de type IPTV. L'usage du terme OTT est plutôt réservé aux contenus premium.

DÉBIT BINAIRE

Mesure de la quantité de données numériques transmises par unité de temps, généralement exprimée en bit par seconde.

6 PROCHAINES ÉTAPES

Un travail collaboratif et évolutif

Le référentiel synthétise l'état de l'art d'une réflexion de fond sur l'empreinte carbone de la diffusion TV menée fin 2022, qui sera nécessairement amenée à être complétée et approfondie à l'avenir. Le groupe de travail du SNPTV et BL évolution ont d'ores et déjà prévu des **misés à jour régulières de la base de données** pour intégrer

les derniers travaux et publications qui pourraient impacter la mesure : évolution de la base de facteurs d'émissions de l'ADEME, élargissement de la mesure d'audiences TV par Médiamétrie, accès à des données supplémentaires sur l'impact des réseaux et serveurs etc.

Vers un outil commun pour les régies du SNPTV

Le présent référentiel avait pour objet d'harmoniser la mesure carbone déjà engagée par les différentes régies du SNPTV via leurs projets de calculateurs. Ce projet a été l'occasion de constater que la multiplication d'initiatives étaient inefficaces à la fois pour les régies, mais aussi pour leurs clients en demande de données qui devaient jongler entre différentes sources pour une même campagne.

Le groupe de travail a donc souhaité proposer une nouvelle étape dans l'harmonisation des calculs en souscrivant au **développement d'un outil commun à toutes les régies membres**, qui s'appuierait d'emblée sur le référentiel et sa base de données, ainsi que les travaux du SRI et du Bureau de la radio. Suite à un appel d'offres, c'est l'outil de marché DK qui a été choisi pour mener **ces travaux qui aboutiront en juillet 2023**. DK, logiciel de pilotage carbone

est le premier outil à la fois multi canal (on et off line) et cross-acteurs (annonceurs, agences, régies, éditeurs). Il vise à mesurer l'impact carbone des différents supports publicitaires (TV linéaire, Radio, Print, Digital, Affichage, Evenementiel...). Cet outil intégrera également les nouveautés issues de la V2 du référentiel Digital du SRI.



Remerciements



Le SNPTV remercie chaleureusement son partenaire BL évolution pour son accompagnement, sa rigueur et sa pédagogie dans la mise au point de ce référentiel. Sa connaissance de notre secteur, notamment acquise lors de ses travaux aux côtés du SNPTV a été déterminante pour mener ces travaux.

Merci à tous les membres du groupe de travail et aux experts métiers mobilisés par les régies adhérentes du SNPTV pour leur implication dans ce projet :



Merci également à Médiamétrie pour sa contribution précieuse à ce référentiel.



Mediametrie