

# QUELLE TÉLÉVISION POUR **DEMAIN** ?

PAR WALTER BONOMO  
COURS DU 16 MARS 2011



# LA TV DU FUTUR, UN THÈME... DU PASSÉ



**Télévision du futur : thème récurrent.**

*Qui se souvient encore de Tak, le téléviseur connecté lancé par Thomson et Microsoft il y a bientôt 10 ans ? Un échec.*

Pourtant la TV de papa semble bel et bien finie

La technologie numérique au cœur des changements (*câble, satellite, ADSL, TNT*).

Le numérique ? Nous y sommes. Au 30 novembre 2011 sonnera l'heure de la TNT pour tous, ouvrant la voie à :

- La télévision connectée
- La TMP : télévision mobile personnelle...
- La VOD, la Catch-up TV...

[Exemple en images](#)

# OBJECTIF DU COURS

- **Quel sera le vrai visage de la télévision dans quelques années ?**
- **Quelles conséquences en terme de distribution et d'organisation ?**

Plusieurs modèles de télévision du futur semblent s'affronter aujourd'hui.  
*Quels sont les enjeux ?*

Entre discours et réalités,  
*quelles seront les tendances de court et moyens termes ?*

# DES CHANGEMENTS DÉJÀ VISIBLES DU COTÉ MATÉRIEL



La TV aujourd'hui : 90 % de taux d'équipement en France, dont près de 65 % d'écrans plats.

Berlin IFA 2010 : la TV sera plate, quasi invisible, sans fil, connectée à tous les autres produits hi-tech et au net sans limites, compatible 3D sans lunettes et pilotable par le mouvement, sans télécommande.

Les nouveaux usages d'un téléviseur interactif et connecté appellent l'apparition de nouvelles interfaces. Exit la zapette, bonjour le clavier, le smartphone, la tablette...

# INTERNET

## AU CŒUR DE LA DIFFUSION DES PROGRAMMES

Les programmes TV passent déjà par :

### 1. Les box internet, avec

- la catch-up TV (télévision de rattrapage)
- la VoD

D'autres points d'entrée émergent :

### 2. Les terminaux mobiles (smartphones, tablettes).

### 3. Les solutions dédiées : l'Apple TV, Google TV..

Le temps de la linéarité où l'on subissait un programme semble révolu. **Bienvenue dans la promesse de la TV connectée à Internet**



# LES OPTIONS DE LA TV CONNECTÉE

Sur tous ces terrains, les chaînes de télévisions ne sont plus seules à diffuser des programmes TV.

De nouveaux entrants : Google, Apple, Free, Orange, Microsoft ou Hulu...

- Avec les **box ADSL**
- Avec des boîtiers installés
  - dans ou sur le téléviseur, Google TV, Apple TV avec la **TV Connectée**
  - depuis les **consoles de jeux** : Microsoft apporte déjà la TV connectée avec sa Xbox.

La France bénéficie d'une particularité régionale avec le très fort déploiement des Box ADSL.



# DE NOUVEAUX PRODUCTEURS DE PROGRAMMES



Demain les programmes seront complètement fragmentés, **avec des millions de télé-diffuseurs potentiels, pro ou amateurs.**

Succès des plateformes de partage de vidéos : *Youtube, Dailymotion, Viméo...*

*Ces plateformes sont également accessibles sur les TV Connectées*

**On assiste à une convergence des médias** (*Chère à J6M*) : *Youtube propriété de Google, France Télécom-Orange détient 49 % du capital de Dailymotion (25 janv 2011), avec une option à 100 % en 2013.*

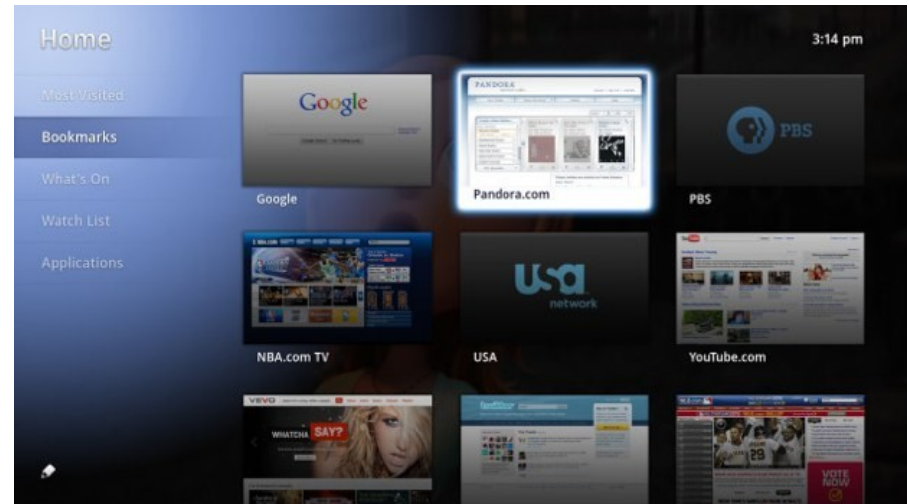
L'objectif : intégrer l'image vidéo dans les contenus d'Orange. Pas seulement pour une diffusion sur le site de l'opérateur, mais aussi en vue de canaliser les flux sur les téléphones mobiles et d'entrer dans les foyers par le biais des télévisions connectées à Internet.

# VERS UN NOUVEL ÉCO-SYSTÈME

**La TV de demain, c'est la connection permanente avec une diffusion multi-supports :**

de l' écrans HD de plus en plus grands aux écrans mobiles et de qualité comme celui de l'iPad.

Dans cet éco-système le rôle des moteurs de recherche et des réseaux sociaux est déterminant pour retrouver et partager les vidéos sur tous vos écrans, sans rupture (je commence sur mon plasma, je finis sur mon mobile).



*L'écran d'accueil de Google TV*

*Elle permet à Orange "de développer une offre complète de vidéos multiécrans" pour ses abonnés, qu'ils soient connectés via Internet, WiFi ou réseau mobile 3G*

*Stéphane Richard*



# HBBTV : ARRIVÉE D'UNE NOUVELLE NORME



La HbbTV repose sur 3 piliers : le DVB (la TNT ou la diffusion satellite), l'OIPF (Open IPTV Forum) et le W3C (standard du Web).

Le concept : enrichir les programmes TV par l'accès aux services du web. C'est la fin du télétexte ! On retrouvera donc des services comme la catch-up TV, la VOD, les votes, les jeux interactifs, les guides de programmes, les widgets, les réseaux sociaux,

Les premiers téléviseurs équipés commencent à arriver sur le marché.

**Enjeu** : plus de 8 millions de télés sont vendues en France par an. L'an prochain, les 2/3 des appareils mis sur le marché - soit plus de 5 millions de postes, seront connectables à Internet.

**Le changement arrive à marche rapide**

# DES NORMES AUX ENJEUX ÉNORMES

La création de la norme **HbbTV répond surtout à des enjeux commerciaux** (de la part des constructeurs) et à des inquiétudes (de la part des chaînes de télévision).

Tous les grands groupes audiovisuels français (*TF1, France Televisions, M6, Canal, NRJ 12, ...*) et de diffusion (*TDF, Eutelsat, Astra*) font partis du consortium HbbTV.

**Leur crainte** : avec la convergence télévision/internet, des acteurs informatiques pourraient imposer leurs propres contenus interactifs sur les émissions.

*Exemple : Un match de foot ? Tel ou tel bookmaker pourrait proposer un "pop-up" permettant des paris en ligne, sans bénéfice pour les chaînes de télé parasitées.*

La télé connectée HbbTV, **permet de "verrouiller" les accès et d'assurer l'intégrité de l'offre vue par le public** : seul le diffuseur serait habilité à proposer des programmes interactifs complémentaires à ses programmes. Il garderait ainsi la maîtrise de ce qui se passe sur les canaux qui lui sont attribués.

# VERS UNE REDÉFINITION DES MODÈLES ÉCONOMIQUES



Les fabricants misent aussi sur la télévision connectée pour changer leur modèle économique.

L'année prochaine, ils devraient tous disposer d'offres de **vidéo à la demande** sur leurs plateformes. **Un service qui s'annonce lucratif** : ils pourront facturer à leurs clients des vidéos, voire des abonnements. Une véritable manne à venir pour les fabricants avec des revenus récurrents.

**Le modèle publicitaire** pourrait lui aussi évoluer, avec la possibilité de mieux connaître les téléspectateurs et de mieux cibler leurs attentes. A terme, le modèle des bandeaux Internet pourrait donc migrer vers le petit écran.

# HBBTV ?

## POUR QUELS USAGES ?



- Guide de programmes
- télétexte multimédia
- jeux vidéos
- Accès aux Réseaux sociaux
- Des services associés aux programmes ou synchronisés à,
  - la télévision de rattrapage
  - La vidéo à la demande ...

**La cible ?** Les **15-25 ans**, qui veulent regarder des contenus vidéos quand ils le souhaitent, à la demande, mais aussi les autres générations, plus habituées à la télé ».

On reste ici dans du contenu et des applis internet d'utilisation simple. **Ce n'est pas la révolution !**

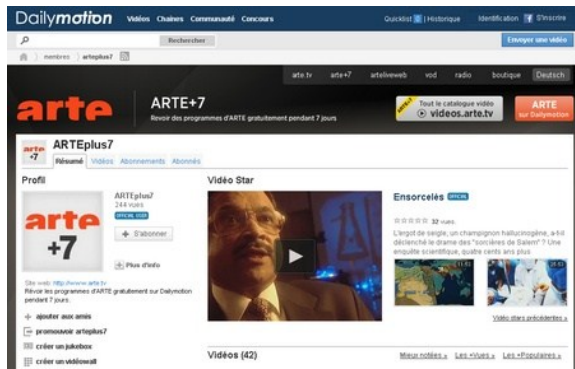
# TMP - TÉLÉVISION MOBILE PERSONNELLE



**Elle permet d'accéder à la TV depuis son mobile** : initialement prévu pour les Jeux Olympiques de Pékin en 2008.

Le CSA a désigné 16 chaînes : *TF1, France 2, France 3, Arte, Canal+, M6, Orange Sport, Eurosport, Direct 8, BFM TV, EuropaCorp TV, ITELE, NRJ 12, NT1, Virgin 17 et W9.*

**Mais depuis la TMP est au point mort, (voire morte-née).** Les opérateurs peinent à s'entendre sur la norme et le montage économique.



D'après l'étude *GroupM* du 23 fev 2011, ce sont près d'un Français sur deux qui utilisent les services émergents de la TV et notamment le podcasting, la catchup TV, la VoD.

Cependant 74% passent par l'ordinateur pour ces services et encore très peu via le mobile avec seulement 2%

**Le profil type** de l'utilisateur est un homme de 35 à 49 ans, sans distinction de CSP.

# ET L'USAGER ? AU FAIT, OÙ EN EST-IL ?



*Sondage GroupeM Ressources*

**Seulement 37 % des Français connaissent les possibilités qu'offre la télévision connectée.**

**Les usages de la TV connectée les plus plébiscités sont :**

- la possibilité de regarder la télévision de rattrapage ( 70% ),
- d'accéder aux programmes TV ( 64% )
- et aux fichiers enregistrés sur l'ordinateur tels que les photos et/ou vidéos personnelles ( 57% ).
- les services comme l'accès à la météo ou l'info trafic ( 56% ),
- l'accès aux fiches techniques d'un film ou d'une série ( 56.6%.

**74% des sondés refusent de payer** pour de tels services. La vidéo à la demande ne fait pas exception à ce refus. Seuls 13% se disent prêts à payer jusqu'à 10 € par mois pour en bénéficier.

# LA TV DE RATTRAPAGE (*CATCH-UP TV*)

D'après une autre étude Zénith Optimedia du 29 nov 2010 relayée par *la Tribune*, un internaute français sur deux (55%) regarde la télé de rattrapage, pour un total quotidien de... **4 minutes** — contre 3 h 24 pour la vieille télé.

**Elle ne mord pas sur la télé classique.**

Les séries américaines emportent 45% des suffrages, les magazines et fictions françaises suivent avec 26% et 17% de téléspectateurs connectés. Les infos (15%) les talonnent de peu.

47% des sondés se plaignent des spots injectées au début ou au beau milieu des programmes . Ils regrettent que les émissions ne restent pas assez longtemps disponibles en ligne (une semaine actuellement).





# DES MODÈLES HÉTÉROCLITES, MAIS PROMETTEURS



On trouve des **modèles payants** comme *TF1Vision* et des **modèles gratuits** financés par la publicité comme *M6Replay*.

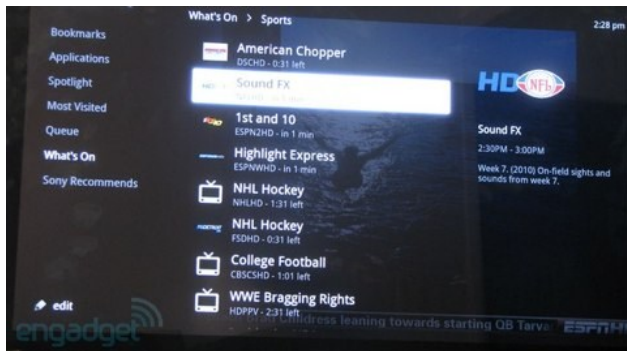
Certaines offres sont accessibles depuis la télévision via la TV par ADSL (Orange et Free) tandis que les autres se cantonnent à la diffusion sur internet sur PC.

Seuls les émissions, les reportages et certaines séries sont disponibles **mais pas les films pour des questions de droits**. Contrairement à Hulu (US).

Depuis le 1 janvier 2011, **Médiamétrie mesure l'audience de la catch-up Tv** et invente la *watermarketing*; Chaque émission subit un "tatouage" du son détecté auprès des panélistes.

La télévision en différé a permis à TF1 de gagner 626.000 téléspectateurs le 5 janvier 2011 dernier lors de la diffusion de *Grey's Anatomy* (10 % de l'audience TV). *Plus belle la vie* sur France 3 a gagné 415.000 téléspectateurs pour son épisode du 7 janvier.

# QUELQUES INTERROGATIONS



Google TV serait, pour l'heure, un échec aux US. Sony et Logitech, les deux constructeurs qui proposent des Google TV actuellement ont été rapidement amenés à casser les prix. Idem pour l'Apple TV.

La majeure partie des grandes chaînes de télévision américaines ont décidé de bloquer leur contenu sur les Google TV, protégeant leurs droits.

Annoncée en France en 2012, Google TV est attendue de pied ferme par les chaînes et le Ministère de la Culture.

Les services proposés sont encore embryonnaires.

La complexité de l'interface est aussi mise en avant.

***Pour l'heure, il n'y a pas de modèle économique pour la télévision interactive, ni même pour la télévision de rattrapage.***

# AUTRES SUJETS D'INTERROGATION

## La concentration des acteurs inquiètent :

Orange dispose aujourd'hui d'une plate-forme multi-support. Il contrôle désormais infrastructures et contenus.

Les défenseurs de la neutralité du Net, indiquent que :

*« plus on a d'intérêts dans les contenus, plus on risque de favoriser ses propres contenus »*

Jérémie Zimmermann,

*porte-parole de La Quadrature du Net*

# LE FLOP DE LA TMP

L'accord Virgin / TDF devait financer à lui seul les investissements via un prélèvement par mois et par abonné.

Pour rentabiliser le déploiement, **l'offre devait séduire un million de Français**. Un chiffre que le seul Virgin Mobile aura sans doute du mal à atteindre, lui qui plafonne aujourd'hui à 1,7 million de clients.

La hausse de la TVA et l'absence de consensus sur la norme technique, le projet d'exploitation a été abandonné par Virgin en janvier 2011. Orange, SFR et Bouygues Telecom préfèrent miser sur la 4G.

Certains opérateurs reconnaîtraient eux-mêmes **que la 4G ne suffira pas à résorber le problème d'engorgement des réseaux**.

# CONCLUSIONS (*TEMPORAIRES*)

*Même si les technologues ont encore tiré les premiers,*

*On peut constater que la télé a accompli sa « mue numérique ».*

***Plus que jamais, la convergence est en marche.***

*Pour autant son avenir n'est pas un long fleuve tranquille*

*Les modèles de développement et les usages demandent à être stabilisés.*

*Il est trop tôt pour dire qui trouvera le bon modèle et en tirera profit.*

*Une chose semble vraisemblable : la nouvelle génération d'utilisateurs (Digital natives) ne consommera plus uniquement du broadcast », mais de la télévision à la demande et interactive sous toutes ses formes.*

# LISTE DE LIENS

**Le site de la télé mobile :** [www.tvntmobile.com/le-site-de-la-television-mobile-personnelle-320.html](http://www.tvntmobile.com/le-site-de-la-television-mobile-personnelle-320.html)

**Tout savoir sur la Google TV :** [www.google.com/tv/](http://www.google.com/tv/)

**Réfléchir le numérique :** [www.numerama.com/](http://www.numerama.com/)

**Economie de la contribution :** [www.arsindustrialis.org](http://www.arsindustrialis.org)

**Le devenir des Tv connectées :** [frenchweb.fr/devenir-tv-connectees-15198/](http://frenchweb.fr/devenir-tv-connectees-15198/)