



Mission d'étude aux Etats-Unis Télévision connectée

*New York – San Francisco
(7 – 12 mai 2012)*

*Emmanuel GABLA : membre du collège
François-Xavier MESLON : directeur des études et de la prospective*



NBCUniversal



lab'Orange



Mission organisée avec le soutien de l'ambassade de France aux Etats-Unis et du Consulat général de San-Francisco



- ▶ **Objectifs de la mission**
- ▶ **Paysage télévisuel aux Etats-Unis**
- ▶ **Nouveaux acteurs de la télévision connectée**
- ▶ **Programme des rencontres**
- ▶ **Principaux enseignements**

Objectifs de la mission



Dans le cadre des travaux de la Commission de suivi des usages de la télévision connectée, instaurée par le CSA, la mission avait pour objectif de mesurer les évolutions récentes touchant le secteur de la télévision et l'impact concret du développement des terminaux connectés :

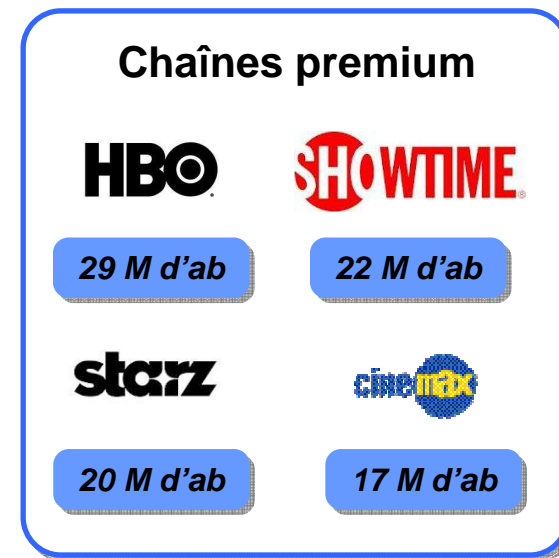
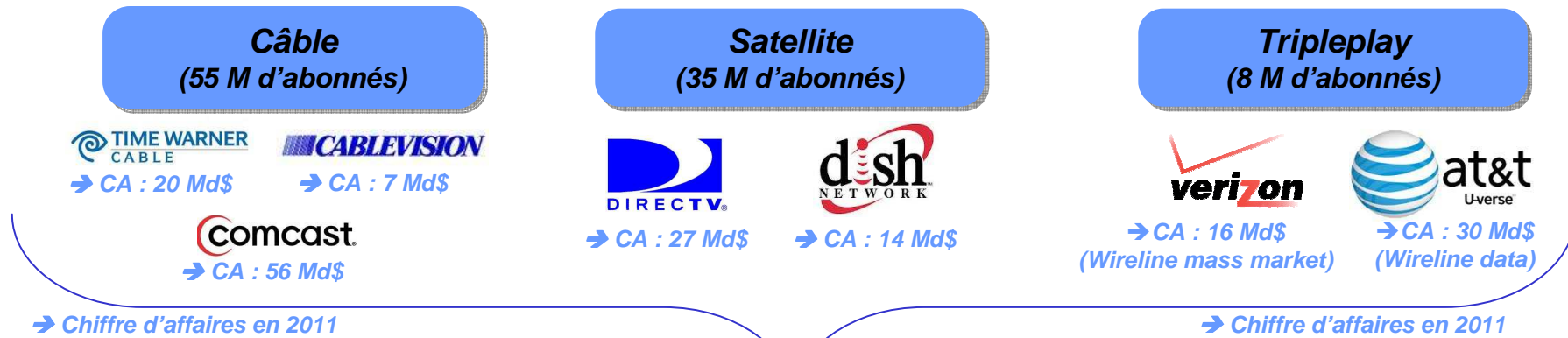
- ▶ Approfondir la connaissance de l'évolution des usages des téléspectateurs,
- ▶ Comprendre la stratégie des différents acteurs de la chaîne de valeur,
- ▶ Découvrir les nouveautés technologiques,
- ▶ Appréhender les freins éventuels au développement de nouveaux modèles d'affaires...

Paysage télévisuel aux Etats-Unis



DIRECTION DES ETUDES ET DE LA PROSPECTIVE

➔ Près de 90 % des foyers américains abonnés à une offre de télévision payante



Un secteur fort mais confronté à l'évolution de la consommation



- ▶ **Marché publicitaire net 2011 : 58 Md\$**
- ▶ **Durée d'écoute quotidienne TV en croissance : 4 h 53** (2 ans et +, source Nielsen)
- ▶ **Dépense moyenne des abonnés câble : 80 \$/mois**

- ▶ **Le « cord cutting » : 1,5 millions de foyers auraient résilié leur abonnement au câble en 2011 (effet de la crise économique ou concurrence d'internet ?)**
- ▶ **Une fragmentation accrue de l'audience des Networks (Pda cumulée des quatre networks est inférieure à 25 %)**
- ▶ **Un parc de terminaux connectés important**
 - ▶ **75 millions de consoles de jeu (50 % du temps d'utilisation consacré à autre activité que les jeux) ; 25 millions de téléviseurs connectables (env. 50 % connectées) ; environ 10 millions de box OTT (Apple TV, Boxee, Roku, Tivo)**
 - ▶ **Tablettes : 85% des possesseurs de tablettes l'utilisent alors qu'ils regardent la télévision, 30% du temps passé sur les tablettes l'est devant la télévision**

Les principaux fournisseurs de contenus présents sur internet (1/2)



NETFLIX

- ▶ Service de VàD par abonnement : catalogue et quelques films et séries récentes (7,5\$/mois)
- ▶ Nombre d'abonnés aux Etats-Unis : 26 millions (+15% en 1 an)
- ▶ Chiffres d'affaires 2011 : 3,2 Md\$
- ▶ Consommation : en 2011, 29 h/mois en moyenne par abonnés, en croissance en 2012 (146 h/mois par téléspectateur pour la TV)
- ▶ Netflix est la principale source de trafic sur internet aux Etats-Unis (plus de 30% aux heures de pointe, notamment le vendredi soir)

hulu

- ▶ Entreprise commune : NBC, Walt-Disney, News Corp
- ▶ Service de télévision de rattrapage : Hulu (gratuit) et Hulu Plus (7,99 \$/mois – 1,5 million d'abonnés)
- ▶ Chiffre d'affaires : 420 M\$ en 2011 (80% publicité, 20% abonnement)
- ▶ Consommation : 3 h 20 par mois et par visiteur



YouTube

- ▶ **Création : 2005 – achat par Google en 2006**
- ▶ **Chiffres d'affaires 2011 : 1,3 Md\$ dont environ 400 M\$ pour les Etats-Unis (publicité)**
- ▶ **30% de la consommation du service est réalisée aux Etats-Unis**
- ▶ **140 millions de visiteurs uniques par mois aux Etats-Unis**
- ▶ **Consommation : 7 heures/mois par utilisateur**
- ▶ **Création de « chaînes » ou « Thématiques » : plus de 100 « chaînes » disponibles (Vevo, Maker Music, Machinima, Red Bull...)**

Programme des rencontres



HBO Robert Zitter – Executive Vice-President technology

NBC Universal Glenn Reitmeier – Vice President Advanced technology

Jennifer Pirot – Vice President Digital Distribution

Emily Powers – Director Business Development

Discovery Jean-Briac Perrette – Chief Digital Officer

Netflix Josephine Choy – Senior Counsel, Business & Legal Affairs

TJ Angioletti – Associate General Counsel – technology & Transactions

Verizon Chris Boam – Director of International Public Policy & Regulatory affairs

Boxee Avner Ronen – CEO

Google Vicent Dureau – Head of TV Technology (Google TV)

Technicolor Jean Bolot – Director Research & Technology

Orange Labs Gabriel Sidhom – Vice President Technology Development

L'atelier BNP Frederic Tardy - CEO



- ▶ **Capital : Time Warner Inc.**
- ▶ **Chaînes : HBO (7 déclinaisons) et Cinémax (8 déclinaisons)**
- ▶ **Programmation : cinéma et série**
- ▶ **Séries phares : The Sopranos, Sex and the City, Six Feet Under, Rome, True Blood, Game of Thrones...**
- ▶ **Abonnés : 43 millions d'abonnés aux Etats-Unis et 53 millions à l'étranger**

Points évoqués au cours de l'entretien : le service HBO Go

- ▶ **Service de V&D en streaming sur internet lancé en 2010 (22 000 titres séries et films)**
- ▶ **Disponible pour tous les abonnés HBO sans supplément de prix – l'accès au service nécessite une authentification préalable de l'abonné auprès de son opérateur**
- ▶ **Possibilité de regarder les contenus HBO sur plusieurs terminaux – usage nomade et en mobilité (TV Everywhere)**
- ▶ **Service accessible sur une grande variété de terminaux connectés à internet : iPad, iPhone, Android App, console de jeux... 6 millions de téléchargement de l'application**
- ▶ **Service lié à l'abonnement à un distributeur : réflexion sur une possible auto-distribution**



- ▶ **Capital : Comcast**
- ▶ **Activités : édition de chaînes TV (Broadcast et Cable Networks) – Production films...**
- ▶ **NBC : 4^{ème} Network en audience**
- ▶ **Programmation NBC : Information, Téléréalité (The Voice, Fear Factor), Show (Saturday Night Live, Jimmy Fallon, Jay Leno), Séries (Law & Order, The Office)**

Points évoqués au cours de l'entretien :

- ▶ **Stratégie numérique NBC prudente : arbitrage entre protection des chaînes linéaires, développement d'activités sous sa propre marque (NBC Video library) et position d'actionnaire de Hulu**
- ▶ **Charte du NAB sur la télévision connectée (Internet Television Principles) :**
 - ▶ protéger les contenus légaux ;
 - ▶ respecter l'intégrité du signal des chaînes et identifier clairement l'origine des contenus ;
 - ▶ garantir une qualité de visionnage aux téléspectateurs.
- ▶ **Les opportunités de la télévision connectée sont importantes mais pas encore de modèle économique stable : risques sur les revenus de syndication et redevance en provenance des opérateurs du câble vs attentes des consommateurs (TV Everywhere)**



- ▶ **Capital : Liberty Media...**
- ▶ **Activités : édition de chaînes thématiques documentaires (19 chaînes aux Etats-Unis)**
- ▶ **Développement international : présence dans 180 pays (39 langues)**

Points évoqués au cours de l'entretien :

- ▶ **Production largement intégrée : contrôle et propriété sur les contenus permettent de gérer le cycle d'exploitation des programmes :**
 - ▶ **Diffusion sur les chaînes linéaires de programmes inédits (40% du prime time) ;**
 - ▶ **Extraits disponibles sur le site internet et programmes complets sur « Discovery on demand » disponible sur les offres des opérateurs du câble ; widgets pour Iphone et iPad.**
 - ▶ **Après 18 mois, les contenus sont disponibles sur Netflix et Amazon**
- ▶ **Modèle économique services Over The Top pas encore stabilisé : les chaînes linéaires restent essentiel dans l'économie du groupe Discovery communications**



Points évoqués au cours de l'entretien

- ▶ **Développement international : Netflix entame des développements internationaux au Canada, en Amérique Latine, en Grande-Bretagne et en Irlande (janvier 2012)**
 - ▶ **Au total Netflix compte 3 millions d'abonnés en dehors des Etats-Unis**
 - ▶ **Netflix définit sa stratégie de développement international en regardant pour chaque marché :**
 - ▶ **Le taux de pénétration du haut-débit**
 - ▶ **L'intérêt des téléspectateurs pour les productions hollywoodiennes**
 - ▶ **La compatibilité du modèle Netflix avec les réglementations nationales (chronologie des médias, quotas d'exposition...)**
 - ▶ **La maturité du marché de la vidéo à la demande et le degré de concurrence**
- ▶ **Sur le marché américain : Netflix poursuit sa croissance et souhaite enrichir son offre**
 - ▶ **Avec des productions plus récentes en augmentant son budget acquisition**
 - ▶ **Avec des productions originales et exclusives (production de séries)**



- ▶ **Activités : opérateur Télécom présent sur le mobile et le fixe – offre triple play (FIOS) – CA 110Md\$ (2011)**
- ▶ **Déploiement 4G : lancement en 2010 - 200 millions de personnes couvertes – couverture nationale complète en 2013**
- ▶ **Déploiement Fibre (FTTP) : lancement en 2005 – 4,2 millions d’abonnés à l’offre FIOS TV (fin 2011)**

Points évoqués au cours de l’entretien :

- ▶ **Offre FIOS TV : 540 chaînes, 140 en HD, 15 en 3D (sport pour l’essentiel), 19 000 titres en VàD, 120 heures de stockage sur le DVR – de 65\$ à 95\$/mois**
- ▶ **Verizon renforce l’expérience utilisateur en développant la mobilité, la personnalisation des écrans, l’individualisation de la consommation...**
 - ▶ **Flex view : service de VàD permettant la commande et le visionnage sur tous types de terminaux (télévision, ordinateur, smartphone, tablette) à domicile et en mobilité**
 - ▶ **Magasin d’applications : possibilité de personnaliser sa page d’accueil avec des widgets**
 - ▶ **HBO Go, Showtime Anytime...**
 - ▶ **My FIOS : application permettant de contrôler son DVR à distance, domotique depuis son smartphone...**
 - ▶ **Live streaming TV channels : utilisation de la console Xbox pour accéder à des chaînes linéaires sur internet sans utiliser la set top box Verizon**



- ▶ **Activité : création en 2007 – start up a développé une interface disponible sur une box qui permet de raccorder son téléviseur à internet (concurrent d'Apple TV, Google TV, Roku...)**
- ▶ **Fonctionnalités de la box : accès à des contenus sur internet (250 applications disponibles) – Social TV (Facebook, Twitter) – Tag de vidéos favorites - DVR...**
- ▶ **Partenariats avec Netflix, Pandora, Vudu, NHL, Spotify, Vimeo...**
- ▶ **Prix de la box : 159\$ - 250 000 exemplaires vendus**

Points évoqués au cours de l'entretien :

- ▶ **Stratégie de Boxee centrée sur les usages : simplicité d'accès aux contenus – partage de vidéos...**
- ▶ **Analyse du marché américain selon Boxee**
 - ▶ **Les tarifs de la télévision sont élevés ;**
 - ▶ **Les broadcasters bloquent l'accès à leurs contenus sur internet ;**
 - ▶ **Les usages se concentrent essentiellement sur la consommation linéaire des networks et sur la vidéo à la demande**
- ▶ **Solution proposée par Boxee : Boxee Live Setup**
 - ▶ **Réception hertzienne des networks en HD**
 - ▶ **Accès aux contenus disponibles sur internet**



Google TV

- ▶ **Lancement de la Google TV fin 2010 aux Etats-Unis**
- ▶ **Intégrée dans le téléviseur ou disponible par une box – fonctionne sous Android**
- ▶ **Accès à Youtube, Google Video, Netflix, magasins d'applications**
- ▶ **Points évoqués au cours de l'entretien :**
 - ▶ **Comparaison entre le modèle intégré aux téléviseurs et la box : le cycle de renouvellement du parc de téléviseurs est plus lent que celui des boitiers externes – augmentation des capacités de calcul plus facile à intégrer avec les boitiers**
 - ▶ **Vers la télécommande universelle : télécommandes adaptées aux usages internet vs tablettes et smartphones**
 - ▶ **Comparaison des modèles de services de vidéo à la demande : éditorialisation vs outils de recommandation - nécessité de cartographier les catalogues d'œuvres de manière précise (qualité des métadonnées)**



Points évoqués au cours de l'entretien

- ▶ **Les travaux du Lab de Technicolor portent notamment sur les outils de recommandation, le profilage et la protection des données personnelles**
- ▶ **La recommandation est un enjeu central pour les services de VàD - cartographier les œuvres (analyse des images et sémantique) - connaître les goûts du consommateur**
- ▶ **Des améliorations sont recherchées dans la qualité de la recommandation :**
 - ▶ **ne pas proposer uniquement que les contenus les plus populaires**
 - ▶ **chercher la découverte**
- ▶ **Protection des données personnelles : les utilisateurs peuvent vouloir flouter leur profil sans altérer la qualité de la recommandation**



lab'Orange

- ▶ **Orange Lab est une structure de veille et de R&D créée en 1999**
- ▶ **Points évoqués au cours de l'entretien :**
 - ▶ **Des modes de connexion multiples : poids important des consoles de jeux – box (type Apple TV, Roku...)**
 - ▶ **Des technologies en évolution rapide**
 - ▶ **Evolution du marché encore incertaine : les broadcasters conservent la maîtrise de leurs contenus pour freiner la croissance des acteurs d'internet**



Points évoqués au cours de l'entretien

- ▶ **La télévision connectée répond aux attentes des téléspectateurs mais bilan encore mitigé :**
 - ▶ **Foisonnement des moyens de connexion, mais offre encore complexe voire déroutante pour le consommateur**
 - ▶ **Aucun acteur ne s'est imposé (difficulté Google TV – Apple TV n'est pas un produit phare de la marque...)**
- ▶ **Publicité et télévision connectée**
 - ▶ **Croisement de la consommation massive de la télévision et du ciblage d'internet (ciblage contextuel et comportemental)**
 - ▶ **Google pourrait tenter de capter les deux marchés – les chaînes cherchent à protéger leur signal et leur audience**
- ▶ **De nouveaux modes de production transmedia apparaissent – modification de la narration – utilisation des médias sociaux avec la « social TV »**



- ▶ **La TV connectée est déjà une réalité aux Etats-Unis pour des millions de foyers**
- ▶ **La protection et la maîtrise des contenus est essentielle pour les chaînes**
- ▶ **Les acteurs d'internet (Netflix, Youtube et Amazon) commencent à investir dans des contenus originaux et exclusifs**
- ▶ **L'amélioration de l'expérience utilisateur est le moteur de l'innovation**
 - ▶ **Faciliter la navigation : des interfaces simples – vers une télécommande universelle**
 - ▶ **Faciliter le choix : des outils de recommandation de plus en plus performants - une cartographie précise des œuvres est nécessaire**
 - ▶ **Faciliter l'accès : des contenus disponibles sur tous les terminaux, en tout lieu et à tout moment (TV Everywhere)**
- ▶ **L'usage de la tablette est au cœur des préoccupations : écran autonome ou déporté (synchronisation), multi-tasking...**
- ▶ **Le marché n'est pas encore mature et les modèles économiques sont à construire**
- ▶ **La télévision connectée entraîne une évolution de l'ensemble de la chaîne de valeur (production, édition, distribution, commercialisation des écrans publicitaires)**