



Les opportunités de la télévision numérique

Le gouvernement a lancé il y a quelques semaines une **consultation** sur l'**Internet du futur**. Celui-ci se présente sous la forme d'un **long questionnaire** sur l'état de la recherche et des liens entre recherche et entreprises dans le secteur de l'Internet. Avec une préoccupation forte sur les infrastructures. Il met comme d'habitude l'accent sur les aspects technologiques et R&D de la question. Pourtant, ce n'est pas la seule manière d'aborder ce genre de sujet. L'innovation dans n'importe quel secteur a besoin de technologies mais aussi d'un tas d'autres ingrédients : compréhension et anticipation des besoins du marché, packaging, marketing, vente, export, etc. Et parfois, la nécessité de bâtir une véritable stratégie industrielle.

D'un autre côté, le gouvernement par le biais de Nathalie Kosciusko-Morizet s'est focalisé – au moins temporairement – sur la télévision mobile en confiant une mission à Cyril Viguier. Mission qui doit aboutir à un accord sur le financement d'infrastructures d'un service qui n'est visiblement pas rentable dans le monde et notamment en Corée du Sud. Intéressant, mais peut être secondaire dans les évolutions de la télévision numérique. En effet, la TMP a un impact modéré sur nos ambitions technologiques et industrielles en l'état. Le marché qui bouge le plus dans les médias – fixes ou mobiles – tourne autour de l'Internet.

Dans la même lignée, je me suis donc mis en tête de creuser la question de l'Internet du Futur sous un angle généraliste en me focalisant sur un thème qui m'est cher : la **télévision numérique** et plus particulièrement l'IPTV. C'est un sujet que j'aborde déjà habituellement dans mes **rapports de visite du Consumer Electronics Show de Las Vegas**. Alors que la France représente le cinquième du marché de l'IPTV à l'échelle mondiale, la révolution de la télévision numérique n'en est qu'à ses débuts. Elle nous réserve des innovations à venir qui vont chambouler complètement les usages. Comme pour tous les autres médias, la télévision va être progressivement "Internetisée". Face à une telle rupture, il faut saisir la balle au bond et en profiter pour développer notre industrie. Ca bouge, ça pulse, il faut se remettre en cause !

L'année dernière, j'avais contribué aux Assises du Numérique lancées par Eric Besson par des **propositions** concernant l'entrepreneuriat qui semblait trop en arrière plan de ses préoccupations. Cela a légèrement fait bouger les lignes et le gouvernement a encore du pain sur la planche pour rationaliser la manière dont il aide l'écosystème de l'innovation. Je remets donc le couvert, dans un domaine plus spécifique.

Le tout dans un livre blanc qui s'appuie sur les points que je résume ici pour les lecteurs pressés :

- Le jeu d'échecs de la télévision IP et Internet est mondial avec une **redistribution complète de la valeur** entre les opérateurs télécoms, du câble, du satellite, les chaînes de télévision, les acteurs technologiques, les producteurs et ayants droits des contenus et les mastodontes de l'Internet. De nouveaux modèles sont en gestation pour financer ces programmes avec un mélange de publicité en ligne ultra-ciblée et de vente de contenus sur abonnements ou à la demande. Le tout en intégrant la consommation des programmes sur la TV, sur micro-ordinateur et sur les mobiles. Un modèle d'application store voisin de l'AppStore généré par le succès de l'iPhone d'Apple pourrait voir le jour. L'enjeu est de savoir si cela sera un modèle fermé

contrôlé par un grand industriel étranger ou un modèle ouvert ou tout du moins, offrant des perspectives autant à nos industriels du secteur qu'aux opérateurs (télécom, câble, satellite).



- Les évolutions à venir de l’IPTV vont structurer durablement les industries du numérique et les **opportunités** sont immenses pour la France qui représente encore environ 25% du marché mondial de l’IPTV. Nous avons l’opportunité de développer nos industries technologiques pour éviter de nous retrouver coincés entre les USA et leurs contenus Hollywoodiens et leurs géants de l’Internet et l’Asie, avec ses mastodontes de l’électronique de loisirs. L’industrie française est déjà bien placée avec à la fois des innovateurs dans les télécommunications (Free en premier) tout comme dans le matériel (constructeurs de set-top-boxes) que dans les domaines logiciels (middleware) et Internet (comme avec DailyMotion). Elle doit transformer ses réussites locales en réussites internationales pour contribuer à l’amélioration de la compétitivité des nos industries numériques.
- La création et le positionnement de **standards dans l’IPTV** conditionnera de plus très étroitement la structuration de cette industrie : horizontale (chaque acteur joue indépendamment des autres), ou verticale (quelques acteurs comme les opérateurs de télécommunications intègrent une grande partie de la valeur et de la relation client). La France et l’Europe ont intérêt à favoriser l’émergence de ces standards, comme ceux que l’Open IPTV Forum est en train de définir. Encore faut-il être les premiers à les adopter, les déployer, et à en tirer parti industriellement.

Pour conclure, ce document propose quelques pistes d’action aux **pouvoirs publics**. Même s’il ne faut pas forcément attendre d’eux la définition d’une stratégie industrielle dans ce secteur, ils ont un rôle à jouer pour favoriser l’émergence d’innovations propices notamment à développer nos exportations de technologies. Cela passe par une coordination de la contribution française aux processus de standardisation, par la promotion internationale des nos offres technologiques, par l’encouragement d’une consolidation du secteur par regroupements industriels, et enfin par l’accélération du passage de l’ADSL à la fibre optique pour préserver notre avance technologique et dans les usages dans l’IPTV.

Voilà pour le menu.

Les détails se trouvent dans le livre blanc *“Les opportunités de la télévision numérique”* qui est **téléchargeable** [ici](#).



Vos réactions sont les bienvenues, notamment pour compléter le document sur les startups françaises qui manqueraient à l'appel dans l'inventaire rapide qui est réalisé à la fin. Mais aussi sur la vision du marché, la prospective, la stratégie industrielle, etc.

Cet article a été publié le 24 juin 2009 et édité en PDF le 16 mars 2024.
(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>