



Les français de la TV connectée : Wiztivi

Pour ce troisième épisode de cette longue série sur l'écosystème français de la TV connectée, nous allons revenir au développement applicatif avec **Wiztivi**, qui est l'une des plus grandes sociétés du secteur en effectif, en mettant de côté les grands comme Altran ou ATOS.

Créée en 2007, Wiztivi développe des solutions applicatives pour les TV connectées, les set-top-boxes des FAI et les "autres écrans" que sont surtout les tablettes et les smartphones mais aussi les consoles de jeux. La société emploie environ 55 collaborateurs qui sont en grande partie basés à Nantes Carquefou et elle fait environ 4m€ de chiffre d'affaire. Elle dispose aussi d'un bureau et d'un showroom au cœur de Paris, près de l'Opéra. La société a connu une croissance très rapide les premières années et est devenue l'une des plus grandes startups de l'univers de la TV connectée en France.



Wiztivi développe des solutions diverses de TV connectée pour set-top-boxes d'opérateurs, Smart TVs et aussi tablettes : vidéo à la demande, TV de rattrapage et autres services interactifs. La société dispose d'un patrimoine logiciel dont la mise en œuvre relève pour l'instant du service outillé. Il s'agit surtout d'un back-end serveur modulaire supportant la diffusion vidéo en mode multi-écrans. La plateforme gère les médias, leur distribution, les outils d'analyse de trafic et de consommation ainsi que les liens avec le système de facturation du client, le tout en mode SaaS.

La société a aussi beaucoup investi dans le design et l'ergonomie de ses services pour créer des expériences de TV interactive les plus simples d'abord, et fonctionnant avec une simple télécommande. Avec une attention portée sur la fluidité des interfaces que l'on retrouve notamment dans la chaîne musicale d'Universal, Off.tv, qui est disponible en IPTV chez SFR ainsi que DailyMotion chez Orange (*ci-dessous*).



Côté hébergement, ils s'appuient sur la plateforme cloud d'Amazon (EC2 pour les serveurs d'applications et S3 pour le stockage). Parmi les écrans supportés, on trouve les set-top-boxes des FAI français ainsi que les plateformes propriétaires des constructeurs de Smart TVs, notamment celle de Samsung et la XBOX 360. Ce support s'appuie sur l'usage des standards du web qui sont courants sur ces plateformes mais également sur de nombreuses adaptations liées aux spécificités de chacune de ces plateformes.

Wiztivi est l'un des premières startups dans laquelle **SFR Développement** a investi, en 2009. L'opérateur télécom en est maintenant actionnaire majoritaire, au point que les dirigeants actuels sont tous deux issus du groupe Vivendi : Daniel Scolan et Olivier Cechura, respectivement Président du Conseil d'Administration et Directeur Général. Les fondateurs d'origine ont soit quitté la société, comme Jean-Noël Gadreau qui était leur Directeur Technique, soit sont restés, comme Eric Bibollet qui est DGA en charge du business development et des partenariats.

Parcourons donc les différentes activités de Wiztivi par le menu...

Vidéo à la demande et TV de rattrapage

C'est le cœur de métier de Wiztivi.

Le Nantais a réalisé les plateformes de vidéo à la demande de nombreux éditeurs ou distributeurs de contenus :

- Une déclinaison de l'agrégateur sur plusieurs écrans, aussi bien sur les TV connectées (Samsung, etc) que sur les box des FAIs de l'agrégateur **DailyMotion**.
- L'application de la chaîne **iConcerts** pour les TV connectées et pour iPad avec plus de 1300 concerts disponibles à la demande. Et cette application est aussi déclinée en Allemagne et en Espagne. iConcert qui est notamment diffusée sur le bouquet TV de Free et d'Orange appartient au groupe suisse Transmedia Communications qui gère et agrège des droits de VOD de toutes sortes de contenus (musique, cinéma, documentaires) pour la diffusion par des opérateurs télécoms.
- La S-VOD de **Marc Dorcel** qui est déployée à l'échelle européenne avec une prise en compte du lieu pour les droits d'accès aux contenus dont certains sont redistribués et non produits par Marc Dorcel.
- La VOD de l'**INA** sur TV connectée.

Côté TV de rattrapage qui a connu un fort développement ces deux dernières années avec le portail de TV de rattrapage de **SFR** et **NRJ12**, ceux de **Canal+** et **France Télévisions** et enfin ceux de **RTL9**, **Direct8**, **ARTE**

et **BFM**.

Pour tous ces clients, Wiztivi peut avoir développé ces portails sur tous les écrans supportés ou seulement sur certains d'entre eux. C'est au cas par cas.

Le marché français étant vite plutôt bien couvert, il était impératif pour Wiztivi de développer son business à l'international. D'où le lancement d'offres packagées à la fois pour la VOD et pour la TV de rattrapage. L'enjeu est de passer d'une activité dominée par le service et la personnalisation à une approche plus orientée produit et standardisée.

Côté VOD/S-VOD, l'offre couvre la partie utilisateur, la navigation dans un portail avec informations riches sur les contenus proposés, une fonction de recherche, des outils de gestion de compte et de facturation, un backoffice de gestion des contenus et de publication du service sur plusieurs écrans. Qui di produit dit prix forfaitaire de 48500€ HT comprenant les frais récurrents compris sur 4 mois. A noter que Wiztivi s'est associé à la startup **Cognik** pour la fonction de recommandation de son offre de VOD.

Reprenant son offre de VOD, Wiztivi en a fait une déclinaison sous forme de portail de TV de rattrapage qui peut-être mono ou multi-chaînes. La principale différence se situe dans le fait que ces offres sont en général gratuites pour les consommateurs, ou tout du moins intégrées dans le forfait de leur opérateur, s'il s'agit d'une fonction de la box de leur opérateur. On en trouve aussi dans les TV connectées. Gratuites, oui mais les diffuseurs payent tout de même les chaînes TV pour proposer ce service. Cela représente un peu moins d'un Euro par mois et par abonné.



Services interactifs

Il n'y a pas que la vidéo dans l'univers de la TV connectée. De nombreux médias ou services cherchent à y être présents pour développer leur offre "multicanal".

Wiztivi a ainsi développé les applications de TV connectées pour **L'Equipe** et **Pages Jaunes**, ainsi que pour **TVimmo** ou encore **Météo France**, ce dernier service ayant été initialement développé pour la Neufbox de SFR. Il personnalise les résultats en tenant compte de la géolocalisation de l'utilisateur et permet de mémoriser jusqu'à 10 villes favorites.



AlloCiné qui appartient au fonds d'investissement new-yorkais Tiger Global Management est aussi un client historique de WizTivi qui a donné lieu à un déploiement en France et dans ses déclinaisons européennes : ScreenRush (UK), FilmStarts (Allemagne) et SensaCine (Espagne). Avec un support de l'IPTV, des TV connectées et aussi de la XBOX 360.

Le panorama ne serait pas complet sans citer un développement un peu particulier, celui du portage de l'interface utilisateur de la SFR NeufBox Evolution sur TV Samsung, que j'avais pu voir en **novembre 2011**.

Enfin, le marché Corporate est aussi visé par Wiztivi avec par exemple le lancement de trois chaînes économiques "Eco TV" pour **BNP Paribas** en 2012. Elles sont disponibles sous forme d'applications pour TV connectées. Cela s'inscrit dans la tendance des grandes marques qui deviennent des "marques médias" pour toucher leur clientèle avec des contenus à valeur ajoutée via des web TVs.

Toshiba Places

Depuis 2010, Wiztivi est aussi l'une des sociétés impliquées dans le développement de l'offre de TV connectée **Toshiba Places**. Elle a développé son interface utilisateur et la partie back-end du service.

Du point de vue matériel, Toshiba Places est décliné à la fois dans une box "OTT" (over the top, *ci-dessous*), dans les TV connectées de Toshiba et sur tablettes Android. La box "diskless" et intégrant un tuner TNT qui permet d'équiper la base installée est d'origine **Netgem** tout comme son middleware. Sur les TV Toshiba, Wiztivi s'est appuyé sur le middleware fourni par Toshiba.



A l'instar des offres de Smart TV de ses concurrents (Samsung, LG, etc), Toshiba Places permet de consommer toutes sortes de contenus : TV en direct, en différé, VOD et service interactifs. La solution intègre l'accès à Flickr, Dailymotion, Facebook et Twitter mais à des services comme ceux de l'INA, de Pages Jaunes et de l'Equipe. Dans le cas de NRJ12, l'application proposée permet d'accéder à l'actualité musicale et biographique des stars de la musique, de profiter de la TV de rattrapage pour NRJ 12 et d'écouter la radio NRJ en numérique avec 26 autres webradios thématiques.



La conception de Toshiba Places remonte à 2009/2010. A l'époque, l'interface utilisateur était dans l'air du temps. Elle méritera sans doute quelques rafraichissements, ne serait-ce que pour intégrer les fonctions de "social TV" dont l'usage s'est développé depuis, au-delà de la possibilité de faire un check-in sur Facebook ou de lancer une application Facebook ou Twitter isolée du reste de l'expérience utilisateur.

Toshiba Places présente la particularité d'avoir été lancé à l'initiative de Toshiba France (via Alain Kergoat, son Directeur Marketing) et d'avoir été ensuite déployé d'abord à l'échelle européenne, puis, à partir de mai 2012, dans la région Asie. C'est une sacré performance pour un projet issu de la France même si on pourra regretter qu'il ne s'agisse "que" de Toshiba, qui n'est pas l'acteur le plus en vue du monde de la TV. C'est le cinquième constructeur mondial avec 6,5% de parts de marché en unités derrière Samsung (19,3%), LG Electronics (15,1%), Sony (8,2%) et Panasonic (7,5%) selon **Display Search**. Sharp est juste derrière avec 5,5% de parts de marché. Il pourrait être le fabricant avec Foxconn de la TV Apple tant attendue, peut-être avec sa technologie LCD à quatre couleurs primaires, le Quattron.



Néanmoins, vu le volume des ventes d'un constructeur comme Toshiba, on peut supposer que ce projet a amené une bonne source de revenus à Wiztivi. C'est probablement le pan de business le plus "scalable" de Wiztivi à ce jour.

Services HbbTV

Avec une poignée d'autres acteurs tels que Altran, ATOS, DotScreen et HTTPV, Wiztivi est l'un des plus actifs sur le standard émergent HbbTV que j'ai déjà eu l'occasion de couvrir dans ce blog à plusieurs reprises.

Wiztivi s'est distingué en étant derrière la première expérimentation **HbbTV** menée en France, par France Télévision à l'occasion de **Roland Garros** en mai 2011 (*ci-dessous*), en relation avec IBM qui alimentait le système en données. Ils ont aussi développé la solution HbbTV de **NRJ** ainsi que le portail HbbTV de **France Télévisions** lancé en septembre 2011.



Wiztivi était encore "de la partie" Roland Garros en 2012 avec une application HbbTV modernisée habillant le live (*ci-dessous, une interview de Richard Gasquet complétée par les compétitions en cours*). Le graphisme est plus élaboré et l'on voit que le potentiel de HbbTV est assez riche d'un point de vue visuel.



C'était aussi l'occasion du lancement d'une expérimentation de publicité dans cette application HbbTV (à droite dans l'écran ci-dessous). L'annonce pour Peugeot a été réalisée par Havas Media. La mesure de la performance de cette publicité sera cependant probablement délicate car l'audience HbbTV reste encore très faible. Là encore, Wiztivi poursuit le "packaging" de son offre en dénommant cette offre "WSP Pub Interactive Live".



Enfin, début juin 2012, Wiztivi lançait une application HbbTV d'un nouveau type, et pour **TF1** : une expérimentation de publicité interactive qui n'est pas sans rappeler les capacités du "Red Button" du FreeView anglais, dont l'équivalent est donc maintenant possible avec le bouton rouge des télécommandes des TV compatibles HbbTV. Lors de la diffusion des spots interactifs d'amaguiz, les téléspectateurs de TV compatibles HbbTV et dont le service a bien été activé (cf MesServicesTV.fr) pourront accéder avec une touche de leur télécommande à un mini site dédié à l'annonceur présentant sa nouvelle offre d'assurance automobile puis accéder si besoin est au centre d'appels d'amaguiz ou laisser leurs coordonnées pour se faire rappeler et bénéficier d'une offre "promotionnelle". Ce mini-site comprend quelques pages avec le call-to-action de la publicité.



Il sera aussi possible de scanner un QR code affiché à l'écran avec son smartphone pour accéder à l'offre promotionnelle en question dans le cas où la TV HbbTV n'est pas connectée. Seules les fonctions de saisies nécessitent en fait d'avoir sa TV connectée. Les pages du mini-site sont envoyées en HTML via le flux broadcasté de la chaîne. C'est l'intérêt de "l'hybride" dans l'HbbTV : le canal aller peut utiliser aussi bien le flux broadcast MPEG que la connexion Internet. Seul le canal retour nécessite une connexion Internet. Ainsi, la publicité "multipages" sera-t-elle disponible pour l'ensemble des téléspectateurs disposant d'une TV compatible HbbTV et pas seulement pour ceux qui l'auront connectée à Internet.



Comme pour l'accès aux portails HbbTV des chaînes, ces spots publicitaires d'un nouveau genre seront signalés dans une pop-up en surimpression de l'image TV. Cela sera la première fois que l'on pourra mesurer le taux de transformation d'une telle publicité interactive en France. Le défi restera de provoquer la découverte de ce service car HbbTV n'est pas encore très utilisé, malgré la croissance rapide de la base installée de TV connectées qui le supportent. Au passage, on notera que TF1 lance cette expérimentation alors que la chaîne ne dispose pas encore de portail HbbTV générique, contrairement à France Télévisions, M6, ARTE et plein d'autres qui ont lancé leur portail HbbTV pendant le dernier trimestre 2011.

Ces solutions de publicités interactives sur HbbTV font suite à une expérience déjà acquise dans l'IPTV, notamment chez SFR avec une base d'utilisateurs plus conséquente. Une expérience qui montre une très bonne réactivité des téléspectateurs avec des taux de transformation bien meilleurs que dans la publicité "display" sur

des sites web.

L'investissement de Wiztivi dans HbbTV devrait être payant pour développer le business international. En effet, nombreux sont les pays Européens au-delà de l'Allemagne et de la France qui ont adopté ce standard. Les chaînes TV sont donc pressées de lancer leurs services HbbTV. Wiztivi a notamment commencé à travailler avec un câblo-opérateur scandinave pour commencer.

Espace concurrentiel

Wiztivi opère dans un marché déjà très concurrentiel avec des acteurs qui se sont d'abord faits la main sur les set-top-boxes des fournisseurs d'accès à Internet puis plus récemment avec les plateformes de TV connectées des constructeurs asiatiques.

Il faut notamment compter avec **Hubee**, qui s'est développé initialement avec la TV de rattrapage, notamment pour Free, avec **Altran**, qui est en particulier la cheville ouvrière du portail HbbTV MesServicesTV lancé au début 2012, avec ATOS et **ATOS Worldline**, et aussi avec **JoshFire** que nous avons déjà vu mais qui est moins présent sur le back-end des services. Il y a aussi **HTTV** qui développe les têtes de réseau HbbTV mais également des applications.

Chacun a sa spécificité mais tous partagent le besoin de se développer à l'export et en dehors des chaînes de TV et des offres de VOD pour générer une croissance soutenue.

Marketing

Pour le secteur, Wiztivi est un acteur qui fait pas mal de marketing. La société a développé une bonne stratégie d'écosystème, par des partenariats avec des constructeurs de TV leur permettant de bien placer les applications de leurs clients dans les Smart TV et de disposer des informations techniques pour les développer. Les relations couvrent aussi Netgem et Cognik comme nous l'avons vu. Les autres startups françaises de la TV connectée pourraient s'en inspirer en s'alliant les unes aux autres lorsqu'elles sont bien complémentaires. Wiztivi participe aussi à des projets collaboratifs comme **OpenHbb** qui est mené par Cap Digital.

Je les ai croisés dans bon nombre de conférences sur la TV numérique, comme participants, exposants ou sponsors. Wiztivi était présent à l'IBC d'Amsterdam en septembre 2011 et intervient fréquemment dans les conférences en France sur la TV connectée. L'éditeur expose aussi au salon ANGA Cable du 12 au 14 juin 2012 à Cologne, en partenariat avec le français SmarDTV qui fera aussi l'objet d'un tel article dans cette série. Wiztivi y présentera un projet clé en main permettant de proposer un service de VOD sur une TV ou tout appareil compatible HBBTV comportant un port CI+ pour gérer la partie transactionnelle et la sécurisation d'accès aux médias protégés.

Pour conclure, on voit que **Wiztivi** s'est mis en ordre de bataille pour à la fois développer une offre produit plus packagée, avec une différenciation qui se manifeste notamment sur la publicité interactive et sur le support de HbbTV. Par ailleurs, avec la croissance à l'international a été lancée par le truchement d'acteurs multinationaux présents en France pour commencer, comme AlloCiné, iConcert et surtout Toshiba. Ce développement international un défi majeur qu'ont à relever toutes les startups de ce secteur d'activité pour atteindre une taille critique !

Cet article a été publié le 8 juin 2012 et édité en PDF le 15 mars 2024.
(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>