



Opinions Libres

le blog d'Olivier Ezratty

Les français de la TV connectée : TeVolution

Avec TeVolution, je reprends ici la série sur les français de la télévision connectée lancée au printemps 2012 et dont le dernier épisode concernait **ATEME**. Il en reste des dizaines à couvrir. La série va certainement durer encore quelques années !

TeVolution est une société très récente, créée formellement en 2011. Elle propose une solution intégrée box + middleware + back-end pour regarder la TNT et des contenus VOD, TV de rattrapage et chaînes TV thématiques récupérés via Internet. La box est vendue à la fois en marque blanche par des partenaires distributeurs et en marque propre dans la grande distribution et sur le web. La solution vise un marché particulier, mal adressé par les opérateurs télécoms : celui des zones desservies par un débit trop faible pour l'IPTV.



L'équipe

Commençons par l'équipe de TeVolution qui nous ramène à l'un des acteurs historiques de la TV numérique française dont la diaspora a alimenté une bonne partie de l'écosystème des startups françaises : Canal+ :

- **Raphael Porte** (CEO, cofondateur) a notamment une expérience chez Canal+ (de 1990 à 2000) où il avait en charge une partie de la vente et du marketing notamment dans les activités du groupe à l'étranger. Il a ensuite passé huit ans chez Numericable toujours côté ventes et marketing, jusqu'à l'été 2011.
- **Thierry Nicolas** (cofondateur), qui a une expérience de DAF et de business development acquise dans des filiales de Canal+ où il est notamment dans le paiement à la séance dans les pays scandinaves. Thierry Nicolas a aussi œuvré chez Jetix, une filiale de Disney puis dans TVNum, le projet de TNT payante qui n'a pas vraiment décollé et a fermé boutique en 2013.
- **Sébastien Faure** (CTO), qui a une expérience de plus de 10 ans dans les secteurs de la TV et de la vidéo numérique. Il a fait du conseil en architecture autour de solutions de streaming telles Wowza, mais aussi de Brightcove et Ooyala. Il avait aussi réalisé une mission d'expert vidéo pour les équipes de France Télévisions Numérique. Il est co-fondateur du collectif **OVFSquad**, un réseau d'experts techniques de la vidéo en ligne. Il pilote chez TeVolution une petite équipe de développeurs.

L'équipe est aussi accompagnée par **Michel Boukhobza** et **Jean-François Jezequel** de la société C2M (déjà **couverte** dans cette série), deux anciens de la Direction Technique de Canal+ où ils ont passé 10 ans chacun avec notamment le développement du système de contrôle d'accès Médiaguard qui est maintenant chez Nagravision. Ils ont notamment aidé TeVolution à spécifier la set-top-box et initialisé les premiers développements logiciels associés.

La société emploie à ce jour une dizaine de personnes, portée par les premiers projets qu'elle est en train de déployer et sur lesquels nous allons évidemment revenir. Dans l'univers des startups françaises de la TV, c'est déjà une taille respectable !

Besoins couverts

Quand on voit une startup de plus se lancer dans la création d'une box et qui plus est du logiciel associé, on se demande logiquement : "mais pour quoi faire ?" ou "encore !" et avec quelle différenciation ? Côté besoins, TeVolution souhaite traiter trois problèmes dans la consommation de la télévision.

Tout d'abord, comment consommer la TNT mais aussi ses compléments thématiques avec un guide de programme enrichi ? Comparativement aux TV plus ou moins connectées voire aux set-top-boxes des opérateurs. Ici, la concurrence, ce sont les adaptateurs TNT.

Puis, comment accéder à moindre coût et sans complexité à la richesse de contenus vidéos issus de l'Internet : catalogues de films à la demande ainsi que programme de télévision de rattrapage ? Moindre coût au sens "pas cher", c'est-à-dire, avec la volonté de toucher les foyers les moyens argentés.

Enfin, comment accéder à ces contenus sur sa TV lorsque l'on ne dispose pas d'une set-top-box d'un fournisseur d'accès à Internet ou bien sur le second écran de la TV du foyer qui n'est pas connecté à la box existante ? On sort résolument des grandes villes bien connectées au haut débit.

Solution TeVolution

TeVolution propose une box et un service qui permettent de recevoir à la fois la TNT et des contenus issus de l'Internet, essentiellement des chaînes thématiques qui complètent les offres de la TNT gratuite ainsi que de la vidéo à la demande et de la télévision de rattrapage. La box contient un tuner TNT et la connectique Internet et accède à un bouquet de services en ligne permettant de recevoir des contenus à la demande. La solution relève de ce que l'on appelle une "box OTT", qui accède aux contenus TV sans passer par le mode "managé" des opérateurs télécom et du câble.

L'interface utilisateur permet de naviguer facilement d'un élément à l'autre : de gérer ses chaînes de la TNT, d'accéder à un guide de programme linéaire de la TNT et des chaînes thématiques de type Disney, de faire des recherches de programmes disponibles aussi bien à la TV en direct que dans la catch-up TV et dans les services de VOD partenaires. Elle n'a rien d'extraordinaire par rapport à l'état de l'art. Sa simplicité prime.

Les contenus disponibles sont de six natures :

- **Les contenus gratuitement disponibles** : ceux des chaînes gratuites de la TNT, ceux de la télévision de rattrapage d'une partie de ces chaînes et les services d'accès aux vidéos en ligne comme DailyMotion. Pour ce faire, TeVolution a rebâti les applications de vidéo à la demande et de TV de rattrapage de certains fournisseurs de contenus, en HTML5 et intégré les applications natives de grandes plateformes telles que DailyMotion. Le résultat est une expérience utilisateur homogène entre ces différents services. Si Pluzz de France Télévisions est intégré de la sorte, ce n'est pas le cas des services de rattrapage de TF1 et M6. TF1

monnaie son service de TV de rattrapage et ce, de manière exclusive avec les opérateurs télécoms. On ne les trouve pas ainsi dans les Smart TV des constructeurs ! Les utilisateurs peuvent toujours utiliser les applications natives mobiles ou les sites web de ces chaînes.

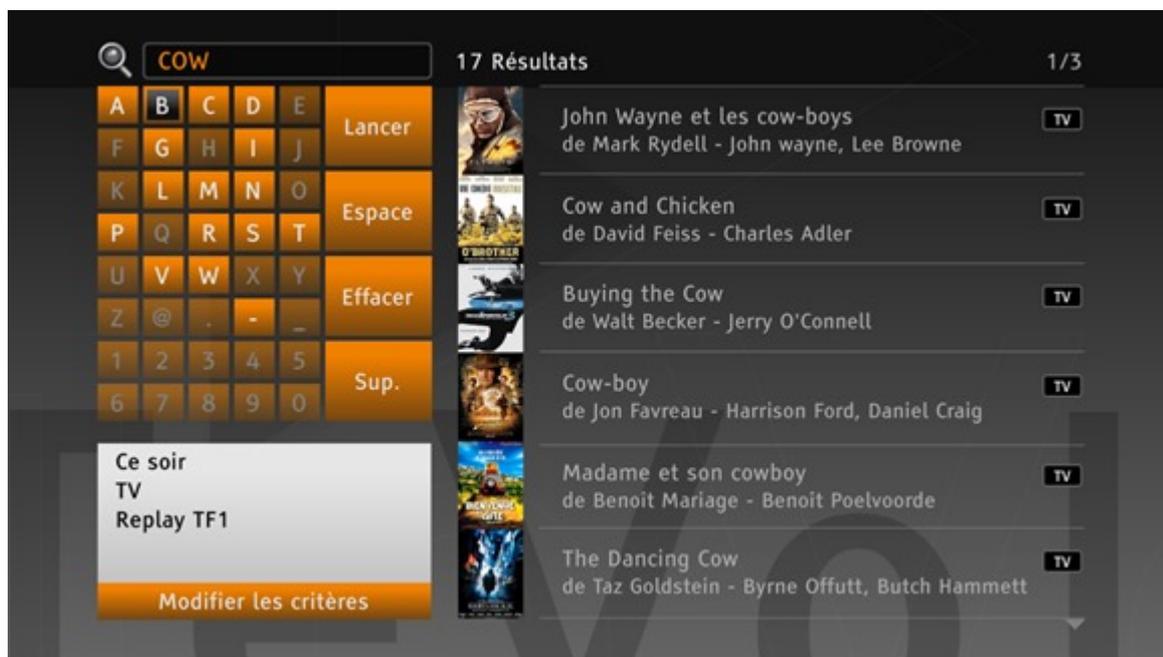


- De **grandes chaînes thématiques** diffusées en OTT pour couvrir les besoins principaux des foyers : Disney channel, Trace Urban pour la musique, Game One pour les ados, Teva pour le public féminin, Paris Première pour la culture, TV5, France 24, Enorme TV ... Tout ceci au sein d'un bouquet basic intégrant les fonctions de TV de rattrapage.
- Les **contenus à la demande disponibles sur abonnement**, notamment les services de S-VOD tels que FilmoTV (cinéma) et Disney Channel Avant-première ou des services de documentaires. Ce sont des options qui s'ajoutent au forfait de base.
- Les **contenus disponibles avec un paiement à la séance**, dans les services de VOD classiques, selon les accords passés avec leurs opérateurs en fonction des demandes des clients btoboc de TeVolution.
- Les **contenus achetés** avec une licence perpétuelle, disponibles dans certains services de VOD. Sachant que dans ce cas là, ils restent stockés sur les serveurs de TeVolution. On appelle cela de l'Electronic Sales-Through. Cette fonctionnalité pourrait s'appuyer sur le standard Ultra Violet qui commence à peine à être déployé, pour l'instant, aux USA. La fonction devrait être lancée d'ici novembre/décembre 2013 permettra à la fois d'acheter un droit illimité à streamer en plus d'un droit de téléchargement sur des devices mobiles.
- Les **contenus enregistrés** sur la TNT, par application de l'exception de la copie privée, et stockés sur un disque dur externe connecté à la box.

Les services en ligne disponibles sur le boîtier intègrent aussi un **guide de programmes** (EPG) pour l'accès aux contenus de la TNT en mode linéaire. Il est sourcé auprès de **Plurimedia**, aussi déjà vu dans la série des français de la TV connectée.

La box se distingue surtout par l'intégration d'une **fonction de recherche** qui couvre à la fois les contenus de la

TV linéaire, de rattrapage et de VOD et S-VOD. En France, c'est probablement le seul à faire cela. Ou tout du moins, je n'en connais pas d'autre. Son équivalent existe à l'étranger, notamment dans les solutions à base de Google TV. Les métadonnées sont fournies par les services de VOD et enrichies grâce aux services de **Plurimedia** avec notamment des ratings de spectateurs.



Il est également prévu l'intégration de fonctions de **recommandation en mode** « collaborative filtering » sachant qu'il s'agit d'une fonctionnalité intégrable selon la demande des clients.

A ce stade, la solution TeVolution ne fonctionne que sur la box fournie avec le service mais pas encore sur second écran. TeVolution pourrait s'associer à d'autres startups françaises pour couvrir ce besoin.

La box est fabriquée par **Netgear** en prenant comme base un "reference design" de ce dernier auquel est ajouté la partie tuner DVB-T. Netgear était intéressé à se lancer sur ce marché pour pouvoir aborder le marché européen de la box OTT hybride (IP + TNT). La box baptisée STB 1100 intègre un port Ethernet, le WiFi 802.11 b, g et n à 300 Mbits/s, deux entrées USB, une entrée et une sortie antenne HF pour la TNT et en sortie vidéo du HDMI ainsi qu'une sortie vidéo composite permettant d'alimenter une prise Péritel pour les relicats de la base installée qui ne sont pas encore équipés en HDMI. Elle tourne avec un processeur à noyau ARM PureVu d'origine **Cavium**. C'est un processeur que l'on qualifiera d'entrée de gamme notamment au niveau de la puissance de calcul, mais il supporte tous les codecs média du marché pour permettre de visualiser toutes sortes de vidéo jusqu'au 1080p. Les box Netgear sont sans disque. Elles tournent sous Linux et l'ensemble du logiciel est en mémoire Flash. Le navigateur web supporte HTML5 et est d'origine **Espial**. Le middleware est développé au-dessus.



Du côté du back-end, la solution de TeVolution s'appuie sur SmartVision, une solution du français **Technicolor** qui a été depuis transférée chez **Ericsson**. Elle diffuse les contenus vidéo live et à la demande en Adaptive Bitrate avec le support du Microsoft Smooth Streaming ainsi que du HTTP Live Streaming Apple. La solution supporte sinon le DRM Microsoft PlayReady. Elle se contente de 1 Mbits/s de débit. Mais tout débit supérieur est utilisé avec des profils allant jusqu'à 3,5 Mbits/s.

On peut dire que la solution TeVolution relève de l'IPTV "non managée" ou de l'IPTV "OTT" car elle ne nécessite pas d'infrastructure spécifique dans les centraux téléphoniques. Ce type d'architecture est encore peu courant en France car l'essentiel de l'offre IPTV est proposée par les opérateurs télécoms et en mode "managé". Mais elle préfigure ce qu'un Google ou un Apple pourraient faire s'ils souhaitaient entrer sérieusement dans la télévision numérique en s'affranchissant des opérateurs locaux dans chaque pays.

La box étant "OTT", elle peut être installée n'importe où, et par exemple, transportée dans son lieu de vacances, pour peu qu'on y trouve une liaison Internet fixe ou Wi-Fi. Les principales chaînes utilisées resteront cependant celles de la TNT. Seules les chaînes proposées en plus de celles de la TNT sont consommées en OTT sur Internet.

Le back-end avec l'ingestion des contenus (vidéo, images et métadonnées) est hébergé via **Ericsson** et stocké chez **Smartjog** qui assure aussi la distribution des contenus (CDNs). L'ensemble est géré en lien avec **Cognac Jay Image** pour certaines chaînes TV premium qui sont proposées. Smartjog et Cognac Jay Image font tous deux partie du groupe **TDF**.

Marché

Le marché visé par l'offre de TeVolution est composé tout d'abord des foyers équipés en haut débit situé entre 2 et 6 Mbits/s, donc généralement situés en zones moyennement et faiblement denses, soit la périphérie des villes, les villes moyennes et les zones rurales pas trop éloignées des centraux téléphoniques. Ce sont des foyers plutôt de classes moyennes.

Il y a aujourd'hui 22,5 millions de foyers haut débit en France dont 14 disposent d'une offre triple play. Si on exclue les clients avec un débit inférieur à 1 Mbit/s, ce sont donc en tout 8,5 millions de foyers qui sont éligible à l'offre de TeVolution dont 90%, soit 7,5 millions avec un débit minimum de 1 Mbit/s.

Le second marché visé est celui des foyers équipés de plus d'un poste de TV, et notamment de TV qui ne disposent pas de la TNT. Ce sont des foyers de classes moyennes et moyennes supérieures. Il y en aurait 10 millions.

Le troisième marché est celui des résidences secondaires équipées d'un accès internet. Mais celles-ci peuvent

utiliser la box déjà acquise pour la résidence principale.

Cela fait donc un marché adressable d'environ 20 millions de téléviseurs à connecter. En pratique, seule une partie de ce marché est réellement adressable : ceux qui consomment beaucoup de TV au-delà des chaînes linéaires !

Concurrence

Sur les segments d'utilisateurs visés, la concurrence de TeVolution comprend :

- La box Videofutur de **Netgem** lancée en septembre 2013 qui comprend un tuner TNT et une belle offre de S-VOD très abordable. Elle est commercialisée en ligne et dans les boutiques Videofutur. L'abonnement est à 10€ par mois sans engagement, box comprise. Cette formule reprend une autre solution équivalente que Netgem avait auparavant commercialisée en marque blanche à la FNAC. Sans grand succès.
- L'**Apple TV**, qui n'est pas non plus un grand succès en France car elle n'accède ni à la TV de rattrapage ni à la TV en direct. Apple TV est essentiellement utilisé en France comme une box pour consommer des contenus vidéo sur iTunes. Aux USA, s'y ajoute Netflix, qui n'est pas disponible en France. Apple pourrait changer la donne un de ces jours dans ce secteur d'activité mais c'est pour l'instant une arlésienne. Si le constructeur lançait sa propre TV, il y aurait des chances que celle-ci soit associée à des chaînes TV diffusées en OTT (vidéo streamée).
- Les box sous **Google TV** qui sont aussi à la peine en France. La seule véritablement commercialisée est celle de Sony. Elle permet d'accéder à divers catalogues de VOD ainsi qu'à la logithèque applicative Android, au navigateur Chrome et évidemment aux vidéos de YouTube. Par contre, à part quelques exceptions, pas de catchup TV au-delà du lancement manuel des services via le navigateur, et pas de chaînes de la TNT.
- Les **solutions satellitaires bidirectionnelles** commercialisées notamment par Orange et qui couvrent les zones blanches mal couvertes par le haut débit. Le problème étant que le débit proposé reste faible, pour l'instant de l'ordre de 2 Mbits/s.
- Les **TV connectées** qui ne sont pour l'instant pas majoritaires dans la base installée et surtout comme seconde TV. Les ventes de TV sont maintenant en baisse du fait d'un taux d'équipement en écrans plats qui atteint la saturation en France. A noter que l'offre de TV de rattrapage n'y est pas très abondante ni exhaustive sur les chaînes françaises. Les Smart TV ont un inconvénient pour une bonne part de leur base installée : elles ne sont pas connectées au réseau local en Wi-Fi et elles sont plutôt dures à utiliser et assez lentes.

Comment se différencie la solution de TeVolution face à cette abondante concurrence ? A la fois par l'intégration des contenus linéaires et non linéaires et surtout par le prix : avec un abonnement à 4€ par mois.

Commercialisation

TeVolution a un modèle de revenu qui repose sur la marge sur les abonnements aux offres de TV thématiques, sur le revenu share pour les abonnements de VOD par abonnement (Cinéma, kids et documentaires) et le paiement à la séance. La vente des set-top-box ne génère pas de revenus car elles sont vendues directement par Netgear aux retailers. Elles sont revendues aux clients finaux à 79€ TTC.

Les boxes sont diffusées de deux manières en marque propre TeVolution et en marque blanche.

En **marque propre**, avec deux premiers référencements dans la grande distribution chez Auchan et Intermarché. L'offre proposée est à 80€ pour la box complétée par un abonnement de 4€ par mois qui comprend différentes chaînes premium en plus des chaînes TNT gratuites : Disney Channel, Game One, Teva, Vivolta et Gulli. Cette solution est vendue dans le rayon adaptateur TNT sachant qu'il s'en vend encore un million par an, notamment ceux qui supportent la HD.

En **marque blanche** intégrée dans l'offre "Essentiel" lancée par Numericable le 19 août 2013. Il s'agit en fait d'une offre triple-play ADSL qui ajoute à l'Internet et la téléphonie une offre IPTV d'une soixantaine de chaînes TV. En plus de celles de la TNT, on trouve des chaînes telles que Paris Première HD, Teva HD, Game One, Equidia et Disney Channel HD. Une offre ADSL Max à 37,90€ par mois ajoute des destinations supplémentaires pour la téléphonie et des chaînes premium : documentaires (Animaux, Histoire, ...), sport (AB Moteurs, Eurosport, ...), news (BBC World, LCI), musique (MCM, Mezzo, etc) et cinéma (CineFX, Polar, Action, TCM). Cette offre permet à Numericable d'étendre sa couverture aux zones non desservies par le câble. Canal+ n'est pas proposé dans cette offre, positionnement low-price oblige. Cf cette **vidéo de lancement didactique** de Numericable sur cette offre. Le modèle de commercialisation est un peu particulier pour la box car Numericable commande lui-même les box à Netgear. Essentiel est fourni sous forme d'abonnement à 34,90€ par mois auxquels s'ajoutent 3€ de location du décodeur Netgear.

La distribution en marque blanche peut se faire également via un "retailer" dans la grande distribution généraliste ou spécialisée. Dans certains pays, ces derniers cherchent à avoir des offres de remplacement de leur vente de contenus sur supports physiques (DVD, Blu-ray) qui battent de l'aile.

Et après ?

La commercialisation via un opérateur semble le modèle le plus efficace à ce jour. La distribution en marque propre est difficile sans investissement marketing grand public significatif. La distribution en marque blanche chez un retailer n'est pas évidente non plus pour des raisons équivalentes et faute de repère de marché pour les consommateurs. Cela peut cependant fonctionner dans les pays où le paysage est très fragmenté et où le poids de la TV payante et des opérateurs télécoms est faible.

TeVolution a pu financer son démarrage avec une levée de fonds significative auprès de business angels. L'équipe ambitionne maintenant d'attaquer les marchés internationaux. Ils devront certainement prospecter là où l'OTT se porte bien, en général, en corrélation avec une faiblesse des offres triple-play et une force de la télévision "free to air" style TNT. L'Allemagne est un pays qui correspond bien à ce portrait robot. La référence Numericable va certainement les aider tout comme le côté rapidement personnalisable de leur offre et l'aspect clé en main intégrant toute l'infrastructure back-end jusqu'à la box. Ceci étant, ce n'est pas un marché très scalable. Chaque vente en mode "btob" est une nouvelle aventure et déclenche un cycle de vente plutôt long. C'est le propre de ce marché fragmenté.

Cet article a été publié le 24 octobre 2013 et édité en PDF le 23 mars 2024.
(cc) Olivier Ezratty – "Opinions Libres" – <https://www.oezratty.net>