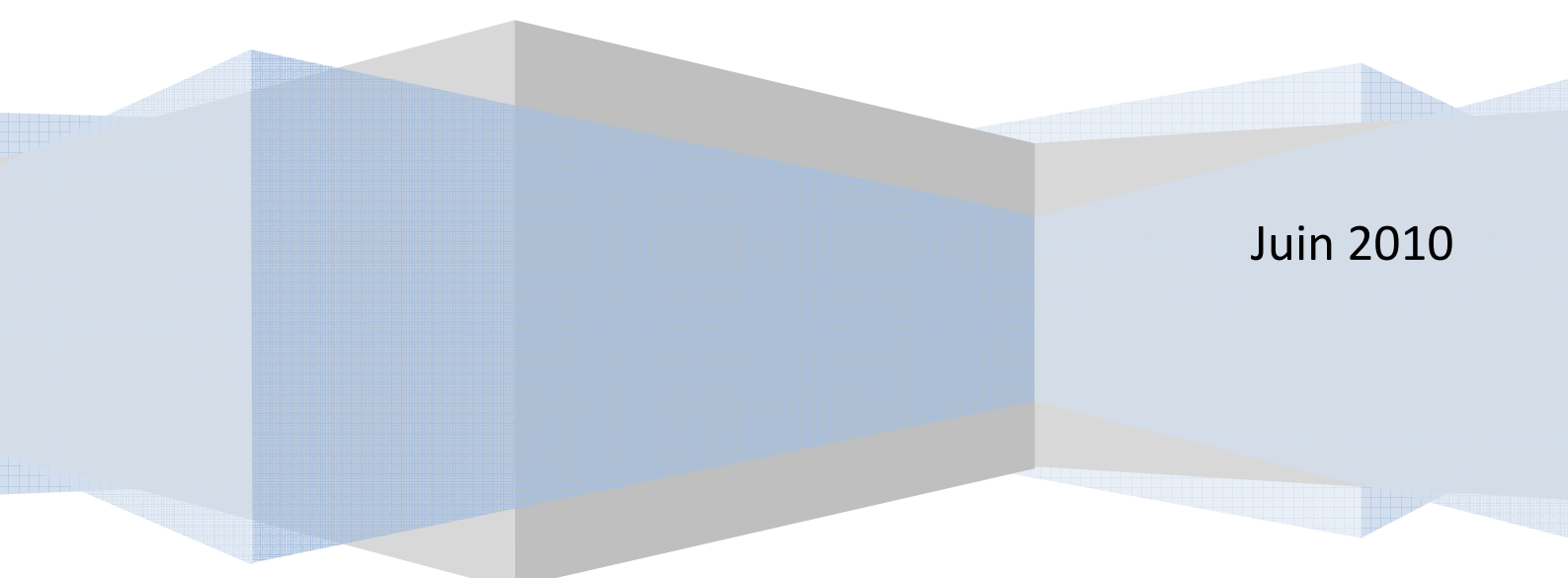


MediAnalyses

La télévision connectée

Scholè Marketing



Juin 2010

Sommaire

I.	Problématiques de la télévision connectée	5
A.	Les promesses de la TV connectée.....	5
1.	Les contenus du web.....	5
2.	... mais aussi stockés chez soi	6
3.	Les mariages ratés de la TV, PC, et d'Internet.....	7
4.	Pourquoi cette nouvelle version de la convergence PC-TV marcherait-elle ?	7
B.	Internet, 1 ^{er} réseau de distribution audiovisuel ?	8
1.	Internet rejoint les réseaux de distribution classiques	8
2.	Un nouveau réseau de distribution à large diffusion.....	9
3.	Internet, un moyen de reprendre la main sur la distribution ?	10
C.	Quel équipement prévaudra pour connecter le téléviseur ?.....	10
1.	Les ventes de téléviseurs connectés démarrent doucement.....	11
2.	Il y a un espace de développement pour d'autres équipements de connexion	12
D.	Vers une mondialisation des programmes ?.....	16
1.	Le succès des sites vidéo sur Internet	16
2.	Extension du domaine de la vidéo à la demande.....	18
3.	Les séances diapositives... sur le téléviseur.....	20
4.	Un changement de l'expérience utilisateur	20
E.	Le bal des acteurs	21
1.	La bataille des OS (<i>Operating Systems</i>).....	21
2.	La bataille des contenus	23
3.	La bataille publicitaire	26
F.	Conclusions.....	27
II.	Contexte de développement de la TV connectée	28
A.	La généralisation de l'accès internet haut débit	28
B.	Les accès TV.....	29
1.	Les accès TV en Europe	30
2.	Les accès TV aux Etats-Unis	30
3.	Les accès TV au Japon.....	31
4.	Les accès TV en France	32
C.	Les équipements audiovisuels de salon	33
1.	Le marché des téléviseurs	33

2.	Les consoles de jeu de salon	41
3.	Les <i>set-top box</i> d'opérateurs	44
4.	Les lecteurs/enregistreurs DVD et Blu-ray	46
5.	Conclusion	49
D.	Evolution des usages audiovisuels	50
1.	Les consommateurs sont de plus en plus familiers avec la vidéo en ligne.	50
2.	Consommation de TV délinéarisée	52
3.	Conclusion	53
E.	Contexte technique	54
1.	La convergence entre les équipements audiovisuels de salon : La Digital Living Network Alliance (DLNA)	54
2.	La qualité des services audiovisuels en ligne sur le téléviseur	55
III.	Stratégie des acteurs	59
A.	Constructeurs de matériel électronique grand public	59
1.	Stratégie des acteurs	59
2.	Samsung Electronics	60
3.	LG	62
4.	Sony	63
5.	Panasonic	65
B.	Constructeurs de consoles de jeux	66
1.	Sony	66
2.	Microsoft	68
3.	Nintendo	70
C.	Fournisseurs de services en ligne	71
1.	Stratégie des acteurs	71
1.	Panorama des offres	72
1.	Apple iTunes Store	73
2.	Blockbuster	75
3.	Hulu	77
4.	Netflix	81
5.	Amazon On Demand	87
6.	YouTube	89
D.	Intermédiaires	92
1.	Yahoo !	92

2.	Google	95
3.	PlayOn de Mediamall Technologies	98
4.	XBMC	99
E.	Boîtiers multimédias (<i>set-top-box</i>).....	100
1.	Apple TV	101
2.	Boxee	102
3.	Popcorn Hour C-200	103
4.	Roku.....	104
5.	TiVo Premiere	107
6.	VuNow (Verismo)	108
IV.	Index	110
A.	Table des illustrations.....	110
B.	Table des tableaux.....	113

IV. Index

A. Table des illustrations

Figure 1 : Les principaux contenus consultables sur la TV connectée	5
Figure 2 : Interface pour la TV connectée selon Yahoo!	8
Figure 3 : Débit moyen par pays, avril 2010.....	8
Figure 4 : Les formats de vidéos des sites de partage.....	9
Figure 5 : Le poids d'Internet comme réseau de distribution potentiel de la TV en France.....	9
Figure 6 : Le poids d'Internet comme réseau de distribution potentiel au Japon et aux USA.....	10
Figure 7 : Parc de téléviseurs à connecter aux USA, au Japon et en France	11
Figure 8 : Ventes de téléviseurs connectés aux Etats-Unis	11
Figure 9 : Evolution des ventes de téléviseurs en France	12
Figure 10 : Equipement permettant de connecter le téléviseur.....	13
Figure 11 : Comparatif des boîtiers multimédias	14
Figure 12 : Ventes cumulées de consoles de salon 2005-2009.....	14
Figure 13 : Estimation de la pénétration des équipements connectables.....	15
Figure 14 : Audience des sites vidéos aux USA, déc. 2009.....	16
Figure 64 : DEI TV et vidéo sur internet en France, septembre 2009	16
Figure 15 : Perspectives de la vidéo en ligne	17
Figure 16 : Services des VOD disponibles en Europe	18
Figure 17 : Le meilleur du câble à la demande chez Comcast.....	19
Figure 18 : Les fournisseurs de contenus à la demande	19
Figure 19 : Audience des sites de partage de photos en mars 2008.....	20
Figure 20 : Intérêt pour la TV connectée.....	21
Figure 21 : Segmentation du marché de la vidéo en ligne aux Etats-Unis	24
Figure 22 : Interface de YouTube XL.....	24
Figure 23 : Le service Amazon On Demand.....	25
Figure 24 : Marché publicitaire Internet & TV dans le monde en 2009	26
Figure 25 : CA estimé des sites en ligne	27
Figure 26 : La pénétration du haut débit dans le monde.....	28
Figure 27 : Débit moyen par pays, avril 2010.....	29
Figure 28 : Les accès TV dans le monde	30
Figure 29 : Les modes d'accès TV en Europe à fin 2009.....	30
Figure 30 : Accès à une offre multichaine numérique	31
Figure 31 : Accès TV aux Etats-Unis en 2009.....	31
Figure 32 : Accès TV au Japon, 2009	32
Figure 33 : Réception TV en France.....	32
Figure 34 : Accès TV en France, 2008.....	33
Figure 35 : Evolution du parc TV aux Etats-Unis.....	33
Figure 36 : Pénétration de la TV HD aux Etats-Unis	34
Figure 37 : Ventes de téléviseurs aux Etats-Unis (écrans plats).....	34
Figure 38 : Ventes de téléviseurs aux Etats-Unis (en valeur)	35
Figure 39 : Prix moyen d'un téléviseur	35
Figure 40 : Ventes de TV Connectées aux Etats-Unis.....	36

Figure 41 : Ventes de téléviseurs connectés aux Etats-Unis	36
Figure 42 : Equipement TV en France	37
Figure 43 : Evolution du parc de téléviseurs	37
Figure 44 : Ventes de téléviseurs en France (en volume)	38
Figure 45 : Evolution du prix moyen des téléviseurs en France.....	39
Figure 46 : Ventes de téléviseurs en France (en valeur)	39
Figure 47 : Evolution des ventes de téléviseurs en France	40
Figure 48 : Equipement des ménages en TV HD	40
Figure 49 : Ventes de téléviseurs au Japon	41
Figure 50 : Ventes cumulées d'écrans plats au Japon.....	41
Figure 51 : Pénétration des consoles de salon.....	42
Figure 52 : Ventes mondiales de consoles de salon.....	42
Figure 53 : Ventes cumulées de consoles de salon 2005-2009.....	43
Figure 54 : Taux de connexion des consoles connectables.....	43
Figure 55 : Accès internet en France	44
Figure 56 : Foyers équipés d'un lecteur/enregistreur DVD.....	46
Figure 57 : Foyers équipés en Blu-ray aux Etats-Unis	47
Figure 58 : Pénétration du Blu-ray en France.....	47
Figure 59 : Ventes de lecteurs et enregistreurs DVD et Blu-ray.....	48
Figure 60 : Ventes cumulées de lecteurs et/ou enregistreurs DVD et Blu-ray	48
Figure 61 : Estimation de la pénétration des équipements connectables.....	49
Figure 62 : Pénétration de la TV et des usages avancés aux Etats-Unis.....	52
Figure 63 : La consommation TV délinéarisée en France.....	53
Figure 64 : DEI TV et vidéo sur internet en France, septembre 2009	54
Figure 65 : Exemple de réseau DLNA	55
Figure 66 : Les formats vidéo des accès TV numériques.....	57
Figure 67 : Les formats de vidéos des sites de partage.....	58
Figure 68 : Vitesse moyenne des vidéos Youtube en mai 2010.....	58
Figure 69 : Parts de marché mondiales des constructeurs de téléviseurs, premier trimestre 2010	59
Figure 70 : Téléviseurs connectés par constructeur	60
Figure 71 : Plateformes MiiTube et Wiitube.....	70
Figure 72 : Les modèles de la vidéo en ligne.....	71
Figure 73 : Les fournisseurs de contenus à la demande	72
Figure 74 : CA des services iTunes Store	73
Figure 75 : Quel équipement Apple pour visionner des vidéos en provenance d'iTunes Store ?	74
Figure 76 : Evolution du chiffre d'affaires de Blockbuster	75
Figure 77 : Les ventes de Blockbuster	75
Figure 78 : Les matériels compatibles avec le service Blockbuster On Demand	77
Figure 79 : Interface Blockbuster au sein de TiVo.....	77
Figure 80 : Les visiteurs uniques de Hulu	79
Figure 81 : Structure de coûts estimée de Hulu	80
Figure 82 : Les formules d'abonnement illimité de Netflix	81
Figure 83 : Les formules d'abonnement limité de Netflix.....	82
Figure 84 : Evolution du chiffre d'affaires de Netflix.....	82
Figure 85 : Evolution des abonnés et du résultat net	83

Figure 86 : Evolution de la part de marché de Netflix.....	83
Figure 87 : Impact envisagé du streaming sur le modèle Netflix	84
Figure 88 : Structure des coûts de Netflix	84
Figure 89 : Les modèles de la vidéo en ligne.....	85
Figure 90 : Stock de DVD vs titres disponibles à la demande	85
Figure 91 : Les équipements qui intègrent le service Netflix.....	86
Figure 92 : Evolution du chiffre d'affaires d'Amazon	87
Figure 93 : Le service Amazon On Demand.....	88
Figure 94 : Les prix d'Amazon On Demand	88
Figure 95 : Equipements intégrant le service Amazon On Demand.....	89
Figure 96 : Audience des sites de vidéos.....	90
Figure 97 : Estimation du chiffre d'affaires YouTube	90
Figure 98 : Interface de YouTube XL.....	91
Figure 99 : Bataille pour la maîtrise logicielle de la TV connectée.....	92
Figure 100 : Evolution du CA de Yahoo !	93
Figure 101 : Exemples de widgets Yahoo!.....	94
Figure 102 : Evolution du chiffre d'affaires de Google.....	96
Figure 103 : Set-top-box compatible Google TV de Logitech.....	98
Figure 104 : Services disponibles sur PlayOn	98
Figure 105 : Pratiques des usagers de PlayOn.....	99
Figure 106 : XBMC	99
Figure 107 : Comparatif des boîtiers multimédias	100
Figure 108 : Interface et Boxee Box	102
Figure 109 : C-200 et interfaces de navigation.....	103
Figure 110 : Le financement de Roku.....	104
Figure 111 : Les différents boîtiers Roku.....	104
Figure 112 : Les caractéristiques des boîtiers Roku	105
Figure 113 : Les chaînes internet disponibles sur Roku	106
Figure 114 : Indicateurs financiers TiVo	107
Figure 115 : TiVo Premiere.....	107
Figure 116 : Le boîtier VuNow et son interface.....	108
Figure 117 : Les boîtiers VuNow.....	109
Figure 118 : Formats supportés par les boîtiers VuNow	109

B. Table des tableaux

Tableau 1 : les widgets de contenu disponibles.....	22
Tableau 2 : Interface Google TV	23
Tableau 3 : Apple TV.....	23
Tableau 18 : Partenariats/services disponibles sur les téléviseurs connectés.....	25
Tableau 4 : Ventas de consoles de salon en France.....	43
Tableau 5 : Estimation du parc mondial de consoles connectées.....	44
Tableau 6 : Set-top box Tv en France, 2009	45
Tableau 7 : Abonnements internet haut débit aux Etats-Unis, 2009.....	45
Tableau 8 : Set-top box TV aux Etats-Unis, 2009	45
Tableau 9 : Abonnements haut débit au Japon	46
Tableau 10 : Set-top box TV au Japon	46
Tableau 11 : Consommation de vidéos par les internautes français en septembre 2009.....	50
Tableau 12 : Consommation de vidéos en ligne en France en septembre 2009	50
Tableau 13 : Consommation de vidéos en ligne aux Etats-Unis en mars 2010.....	51
Tableau 14 : Consommation de vidéos en ligne au Japon en janvier 2010	51
Tableau 15 : Temps mensuel consacré à la vidéo par individu aux Etats-Unis	52
Tableau 16 : Les principales définitions d'écrans TV.....	55
Tableau 17 : Caractéristiques des normes de compression MPEG.....	57
Tableau 18 : Partenariats/services disponibles sur les téléviseurs connectés.....	59
Tableau 19 : Les équipements connectables	62
Tableau 20 : Equipements LG connectables.....	63
Tableau 21 : Produits connectables Sony.....	65
Tableau 22 : Equipements connectables Panasonic	66
Tableau 23 : Catalogue du Video Store du PlayStation Network.....	67
Tableau 24 : Contenu des Xbox Live Marketplace (décembre 2008).....	69
Tableau 25 : Evolution du chiffre d'affaires d'Apple	73
Tableau 26 : Catalogue estimatif d'iTunes Store.....	73
Tableau 27 : Séries TV populaires sur Hulu	78
Tableau 28 : Le marché de la vidéo sur internet aux Etats-Unis.....	79
Tableau 29 : les widgets de contenu disponibles.....	95
Tableau 30 : Interface Google TV	96
Tableau 31 : Interface YouTube Lean Back	97
Tableau 32 : Catalogue estimatif d'iTunes Store.....	101
Tableau 33 : Liste des WebTV accessibles sur VuNow	109