

Les services vidéo avancés

Analyse internationale et positionnement de la France

SCHOLE MARKETING

July 14, 2014

Créé par : Nicolas Amestoy

Les services vidéo avancés

Analyse internationale et positionnement de la France

17 juillet 2014

Table des matières

I. Synthèse	4
1. Un paysage audiovisuel remanié	4
1.1. L'essor de l'IPTV dans le monde	4
1.2. L'irruption de la vidéo en ligne	5
1.3. La vidéo premium en difficultés	7
2. De nouveaux comportements	9
2.1. Une audience sur tous les écrans	9
2.2. Multitâche	11
2.3. A la demande	11
2.4. A la chaîne	16
3. Le positionnement de la France	17
3.1. Leader mondial de l'IPTV	17
3.2. Du retard sur le très haut débit	18
3.3. La 3 ^e révolution de l'OTT	19
4. Conclusions	21
II. Équipements	22
5. Smartphone	22
5.1. Pénétration	22
5.2. La bataille des systèmes d'exploitation	22
5.3. Le smartphone, outil de divertissement	23
5.4. Perspectives	25

6. Tablette	26
6.1. Pénétration des tablettes tactiles	26
6.2. Le principal usage de la tablette : la vidéo	27
6.3. Destruction créatrice	28
6.4. Perspectives	33
7. Téléviseur connecté	33
7.1. Smart TV	34
7.2. Consoles de jeu	36
7.3. Set-top-box dédiées et dongles	38
7.4. Perspectives	41
8. Console de jeu de salon	42
8.1. Ventes de consoles de salon	43
8.2. Perspectives	43
9. Conclusions	46
III. Accès Internet	48
10. Haut débit fixe	48
10.1. Accès fixes	48
10.2. Débit	48
11. Haut débit mobile	48
11.1. Les accès	48
11.2. Débits constatés	51
12. Perspective des accès	52
12.1. Le très haut débit fixe	52
12.2. Le très haut débit mobile	53
13. Conclusions	55
IV. Services vidéo	56
14. IPTV	56
14.1. Pénétration	56
14.2. Prix offre triple play	60
14.3. Perspectives	60
14.4. Conclusions	63
15. Vidéos en ligne	63
15.1. Le phénomène YouTube	63

15.2. . . . et Dailymotion	65
15.3. Pénétration de la vidéo en ligne	66
15.4. Occupation de la bande passante	67
15.5. Perspectives	68
15.6. Conclusions	68
16. Vidéo premium	69
16.1. Les marchés de la vidéo	69
16.2. La vidéo à la demande à l'acte (T-VOD ou VOD)	70
16.3. La vidéo à la demande par abonnement (SVOD)	72
16.4. Le « rouleau compresseur » Netflix	75
16.5. Le téléchargement définitif (EST)	77
16.6. Perspectives	79
16.7. Conclusions	82
17. Télévision avancée	82
17.1. Télévision multi-accès	83
17.2. Télévision multi-écrans	85
17.3. Télévision multi-pièces	87
17.4. Télévision à la demande	91
17.5. Télévision sociale	97
17.6. Vidéo en streaming	99
17.7. Visionnage à la chaîne (« binge watching »)	103
17.8. Perspectives	106
17.9. Conclusions	107
V. Annexes	108

Cinquième partie .

Annexes

Table des figures

1.	Évolution du marché de l’IPTV dans le monde, Q1-2013	5
2.	Les abonnements IPTV dans le monde, Q1-2013	6
3.	Évolution du marché TV aux USA, 2013	6
4.	Pénétration de la vidéo en ligne dans la population, Déc 2012	7
5.	Les marchés de la vidéo en 2012	9
6.	La contribution des ménages à la vidéo	10
7.	Évolution de la location vidéo en Grande-Bretagne	10
8.	Mix vidéo numérique	11
9.	DEI multi-écrans, 2013	12
10.	DEI multi-écrans par pays, 2013	13
11.	Usage des écrans durant la journée, 2014	14
12.	Écrans simultanés et successifs, 2013	15
13.	Écoute non linéaire, 2012	16
14.	Statistiques de visionnage à la chaîne, 2014	17
15.	Méthode de visionnage en chaîne, 2014	18
16.	Pénétration des offres IPTV, Q1-2013	19
17.	Les accès fixes très haut débit	20
18.	Pénétration des smartphones, mars 2013	23
19.	Usages du smartphone, 2013	24
20.	La complémentarité des équipements, 2012	25
21.	Perspectives des smartphones dans le monde	26
22.	Perspectives de la 4G dans le monde	27
23.	Pénétration des tablettes, 2013	28
24.	Usages des équipements nomades	29
25.	Usages vidéo de la tablette tactile	29
26.	L’envol des tablettes au détriment des PC dans le monde, 2012	31
27.	L’envol des tablettes en France, 2013	31
28.	Liseuse numérique et tablette aux USA, 2013	32
29.	Prévisions d’évolution des tablettes tactiles, 2012	33
30.	Les smart TV installées, 2012	34
31.	La part des TV connectées dans la vente d’écrans plats, 2013	35
32.	Part de marché des constructeurs de TV connectées, 2013	35
33.	Les équipements utilisés pour connecter le téléviseur	36
34.	La réception de Netflix et Hulu	37
35.	Le paysage des set-top-box	39
36.	Ventes et PdM de l’Apple TV	39

37.	Ventes de set-top-box	41
38.	La concurrence à terme des équipements de connectivité du téléviseur . . .	42
39.	Les ventes de consoles de dernière génération, mai 2014	43
40.	Ventes des consoles de jeu selon les générations	44
41.	Évolution du marché du jeu vidéo	44
42.	L'équipement en consoles de jeu, Mai 2014	45
43.	La Steam Box	46
44.	Les accès Internet fixes haut débit, juin 2013	49
45.	Pénétration de l'Internet fixe haut débit, juin 2013	49
46.	Débits constatés des accès fixes, Q2-2013	50
47.	Les accès haut débit mobile, juin 2013	51
48.	Pénétration du haut débit mobile	52
49.	Débits constatés sur les accès haut débit mobiles, Q2-2013	53
50.	Les accès fixes très haut débit	54
51.	Perspectives de la 4G dans le monde	54
52.	Évolution du marché de l'IPTV dans le monde, Q1-2013	57
53.	Les abonnements IPTV dans le monde, Q1-2013	58
54.	Pénétration des offres IPTV, Q1-2013	58
55.	Évolution des abonnements au câble - États-Unis	59
56.	Évolution du marché TV aux USA	59
57.	Le coût des abonnements triple-play	60
58.	Croissance de l'IPTV dans le monde	61
59.	Les opérateurs télécoms dans la distribution TV aux USA, 2013	62
60.	Abonnements à des services d'IPTV en Suède, 2013	62
61.	Les revenus estimés de YouTube	65
62.	Évolution des vidéonautes uniques de Dailymotion/Google	66
63.	Pénétration de la vidéo en ligne dans la population, Déc 2012	67
64.	Le trafic mondial Internet	68
65.	Les principales applications dans le trafic Internet fixe en Amérique du Nord	69
66.	Les marchés de la vidéo en 2012	71
67.	La contribution des ménages à la vidéo, 2012	71
68.	Part du numérique dans le chiffre d'affaires vidéo, 2012	72
69.	Les marchés de la VOD en 2012	73
70.	Fourniture de services VOD aux USA	74
71.	Parts de marché VOD en Grande-Bretagne	74
72.	Résultats des principaux acteurs de la SVOD	75
73.	Les marchés nationaux de la SVOD, 2012	76
74.	Les principaux acteurs du marché britannique de la SVOD, 2012	76
75.	La SVOD en Suède, Q1-2014	77
76.	Abonnés au service Netflix	78
77.	Les courbes DVD vs Streaming chez Netflix	79
78.	Partenaires UltraViolet	80
79.	Les marchés du téléchargement définitif, 2012	81
80.	Part de marchés de l'EST aux États-Unis, 2012	81

81.	Évolution de la location vidéo en Grande-Bretagne	82
82.	Mix vidéo numérique	83
83.	Nouvelles formes de consommation TV	84
84.	Le multi-accès en Grande-Bretagne, 2012	86
85.	Les accès TV	86
86.	DEI multi-écrans, 2013	87
87.	DEI multi-écrans par pays, 2013	88
88.	Écrans simultanés et successifs, 2013	89
89.	Usage des écrans durant la journée, 2014	90
90.	Lieu d'écoute de la télévision, 2014	91
91.	Lieu d'écoute TV (bis), 2013	92
92.	Pénétration des DVR, 2013	92
93.	L'enregistrement contre la publicité, 2014	93
94.	Enregistrements non visionnés, 2014	93
95.	Évolution CA Hulu, 2009-2013	95
96.	Les requêtes sur BBC iPlayer	96
97.	Écoute non linéaire, 2012	97
98.	Évolution de l'audience linéaire	98
99.	Propension à discuter des programmes TV en France	99
100.	Pénétration de Facebook, % population, 2012	100
101.	Media meshing en Grande-Bretagne, 2013	100
102.	Le développement des applications de télévision sociale	101
103.	Fréquence streaming, 2014	103
104.	Qualité de service du streaming, 2014	104
105.	Intentions de résilier les abonnements TV classiques, 2014	104
106.	Statistiques de visionnage à la chaîne, 2014	105
107.	Méthode de visionnage en chaîne, 2014	105

Liste des tableaux

1.	Part de marché des OS mobiles, mars 2014	24
2.	Les services en ligne des consoles de jeux	37
3.	Solutions et protocoles pour afficher des contenus Internet sur téléviseur	40
4.	Audience YouTube au États-Unis, 2013	64

Index

- ABC, 94
- ABI Research, 41
- Aereo, 20, 21, 102, 106
- Akamai, 18, 52
- Amazon, 9, 72, 73, 82, 94
- Amazon Fire TV, 77
- Amazon Prime Instant Video, 73
- Android, 9, 22, 23, 77, 82
- Apple, 9, 21–23, 26, 38, 82
- Apple TV, 38
- ARRIS, 91
- Arris, 17, 85, 102, 103
- AT&T U-verse, 61

- Barnes & Noble, 30
- BBC, 95
- BBC iPlayer, 21, 95, 96
- BBC iPlayer, 94–96
- Blackberry, 22
- Bluefin Labs, 99
- BouyguesTélécom, 27
- Boxee, 94

- Canal+, 21
- Chromecast, 38, 42, 77
- Cisco, 67
- CNC, 21
- Comcast, 67
- Comedy Central, 94
- comScore, 94, 96
- Cytale, 30

- Dailymotion, 65, 68, 69
- DECE, 79
- Deloitte, 103

- e-Marketer, 63
- Electronic Entertainment Exposition, 46
- eMarketer, 63
- Ericsson, 25
- Eurodata, 63

- Facebook, 98

- Fastweb, 5, 56
- Fox, 94
- Free, 5, 57
- Futuresource Consulting, 73

- GetGlue, 99
- Google, 9, 21–23, 38, 63, 82
- Google TV, 38, 41, 77
- Google+, 98

- HBO, 102
- HBO Go, 38
- Hulu, 16, 36, 61, 67, 70, 73, 77, 94, 97
- Hulu Plus, 38, 94

- i-mode, 27
- IDC, 30, 33
- IHS Electronics & Media, 11, 96
- iOS, 22, 23, 77
- iPad, 26, 33, 38
- iPhone, 22, 38
- iTunes, 9, 72, 82

- Lovefilm, 73

- M6, 21
- Mediamat, 16, 97
- Microsoft, 22, 36, 69
- MillwardBrown, 9, 85

- NBC, 94
- NBC Universal, 94
- Netflix, 8, 9, 16, 19, 21, 36, 38, 61, 63, 67, 70, 72, 73, 75, 77, 79, 82, 94, 102, 103
- News Corporation, 94
- Nielsen, 16, 97
- Nintendo, 45
- Nook, 30
- Now TV, 20, 21, 106

- OCDE, 48
- Ofcom, 27, 98

- PACT, 95
PBS, 94
Peel, 99
Playstation, 46
Playstation TV, 46
Point Topic, 4, 56, 61
Prime Instant Video, 73
Providence Equity Partners, 94
PS3, 42
PS4, 43
- Roku, 38
- Sandvine, 21
Sharp, 27
Sky Movies, 20, 106
Sky TV, 20, 106
SNL Kagan, 60
Softbank, 5, 56
Sony, 30, 36, 46
Steam, 36, 45
Steam OS, 45
Steambox, 36
Strategy Analytics, 34, 36, 41
Sundance Channel, 94
- technopedia, 102
Teleglu, 99
The Walt Disney Company, 94
Time Warner, 79
Time Warner Cable, 67
Twitter, 98
- UIT, 26, 53
UltraViolet, 8, 77, 79, 82
USA Network, 94
- Valve, 45
Variety, 79
Verizon Fios, 61
Viaplay, 75
Vudu, 72
- Wii, 42
Wii U, 45
- Windows Phone, 22
Xbox, 77
Xbox 360, 42
Xbox One, 43
Xbox Video, 72
- Yahoo, 69
You Tube, 67
YouTube, 21, 38, 63, 65, 67, 69, 77