



La télévision et la vidéo ont connu une évolution rapide au cours des 30 dernières années. Les années 1980 ont été marquées par l'avènement de la télévision par câble, suivi de près par l'arrivée de la télévision par satellite, et par l'essor de la télévision numérique. Aujourd'hui, le streaming TV occupe le devant de la scène et le paysage médiatique n'a pas fini d'évoluer à en juger par le développement des services OTT et leur croissance en parts de marché :

Récemment, on apprenait qu'Apple allait suivre l'exemple de Netflix et de BBC iPlayer au Royaume-Uni en lançant son propre service TV cet automne aux Etats-Unis pour répondre aux besoins de visualisation à la demande des utilisateurs de vidéo actuels.

- En France, LA BOX Videofutur et TeVolution vont devoir faire route commune avec Canal+ qui rejoint l'aventure de l'OTT avec le lancement du Cube S. L'époque où les diffuseurs traditionnels imposaient les programmes à regarder est révolue. Les spectateurs veulent pouvoir regarder ce qui leur plaît, quand ils le souhaitent, où qu'ils soient et sur n'importe quel appareil.

- D'après The Wall Street Journal, le nouveau service TV d'Apple pourrait permettre de visionner les contenus de divers diffuseurs tels que 21st Century Fox et Disney sur tous les appareils Apple dont les iPhones et les décodeurs Apple TV, rendant la visualisation à la demande une réalité pour de nombreux utilisateurs d'Apple. Et si ce service reproduit le modèle observé par Netflix, les alternatives à l'utilisation traditionnelle de la télévision seront beaucoup plus nombreuses.

- Les chiffres sont assez éloquentes et permettent de constater l'influence du streaming sur les audiences. En 2013, Netflix a vu le nombre de ses abonnés basés aux États-Unis augmenter de 33 % pour atteindre plus de 44 millions de membres, soit plus du double du nombre d'abonnés de ComCast, le plus important opérateur de télévision payante mondial. En France, le nombre d'abonnés Netflix devrait quadrupler d'ici à 2019, pour atteindre 2 millions d'abonnés. Au Royaume-Uni, les demandes sur BBC iPlayer ont atteint le nombre record de 248 millions au mois de mars. Et le changement ne concerne pas uniquement la plate-forme délivrant les contenus télévisuels, mais également les appareils sur lesquels les utilisateurs les regardent. Près de la moitié des demandes sur l'iPlayer sont lancées depuis des téléphones mobiles et des tablettes.

Ce que cela signifie pour les diffuseurs :

- Aujourd'hui, les audiences sont nettement plus fragmentées et moins prévisibles qu'elles ne l'ont jamais été dans le monde de la diffusion linéaire. Cette évolution du marché a un impact non seulement sur le modèle traditionnel de diffusion, mais également sur la façon dont les contenus sont développés et portés à l'écran. Cela demande une utilisation pointue des

technologies et nécessite la mise en place d'une infrastructure appropriée pour en assurer le fonctionnement. Les entreprises impliquées dans la chaîne de production doivent s'assurer d'utiliser la technologie adaptée qui leur permettra de publier leurs contenus le plus rapidement possible, et de s'adapter à l'extrême complexité des appareils et à la diversité des formats (qu'il s'agisse de la compression, du streaming, du DRM, etc.).

- En outre, les utilisateurs ne veulent pas seulement plus de choix et de flexibilité, ils ont également de grandes exigences en matière de qualité. Après le lancement par Sony fin 2013 d'un service de téléchargement en résolution 4K, et avec la sortie en mai de l'année passée du catalogue 4K de Netflix, les autres fournisseurs ont d'ores et déjà suivi la tendance ou ne devraient pas tarder à le faire.

- Devant une telle évolution dans la manière de « consommer » les contenus et face aux exigences en matière de qualité de plus en plus élevées, c'est au niveau de l'infrastructure réseau qu'il faut porter une attention toute particulière. Les améliorations réalisées dans le peering et la compression seront certes utiles, mais l'infrastructure doit être appréhendée dans son ensemble, depuis les réseaux jusqu'aux data centers, en passant par les routeurs domestiques. La connectivité joue un rôle plus crucial que jamais pour satisfaire aux exigences de la culture « à la demande » actuelle et faciliter l'optimisation des réseaux.

- Les entreprises doivent rapidement vérifier que leur connectivité est optimisée pour assurer l'intégration de nouveaux contenus et pour gérer leur transfert avec un temps de latence optimisé tout au long de la chaîne de diffusion. C'est une des raisons pour lesquelles l'emplacement des data centers et les opportunités qu'ils offrent (accès directs aux fournisseurs cloud, télécoms ou encore à de nouveaux partenaires médias par exemple) sont des critères particulièrement critiques pour maximiser la connectivité et ses performances afin de délivrer des flux de haute qualité sur toute une diversité de supports.

Source ITRNews - L'évolution de la télévision et son impact sur la chaîne de diffusion, Par Bryan Hill, Directeur Marketing et Business Development - Médias Numériques Interxion, et Fabrice Coquio, président d'Interxion France