

Next Gen TV

Tendances TV 2011- Live Service, Catch Up, VoD & OTT, STB, 3D, TV Widgets & Apps

Montpellier, 30 Juin 2011 – **IDATE vient de publier son rapport “Next Gen TV ”. Ce rapport analyse les innovations majeures opérant dans le secteur de la télévision. A travers une comparaison des offres existantes ou en cours de développement, il permet de comprendre les stratégies de positionnement des acteurs traditionnels et des nouveaux entrants et préfigure les services-clés de demain.**

« Les tendances analysées dans cette étude ne sont pas des phénomènes balbutiants, mais sont plutôt liés à des services ou des usages qui, sans être encore généralisés, commencent à prendre une ampleur propre à apporter des bouleversements rapides dans le secteur TV traditionnel. » commente Florence Le Borgne, Chef de projet, Directrice de la Business Unit "TV & Digital Content".
« Nous avons ainsi distingué, pour 2011, six tendances majeures, et pour chacune d'entre elles, l'IDATE livre sa vision de l'évolution de ce marché et de ses perspectives de succès. »

Les six tendances clés de l'année marquant la nouvelle génération de télévision

- **Le raz de marée de la télévision de rattrapage**

La télévision de rattrapage apparaît clairement comme étant la tendance dont les impacts sur le secteur sont les plus importants. Largement disponibles, d'une part, et faisant écho à un besoin manifeste des téléspectateurs, ces services ont rapidement bénéficié d'une adoption massive, au-delà des clivages d'âge habituels.

- **Un renouveau possible de la TV linéaire grâce au support tablette**

Paradoxalement, la diffusion en simulcast des chaînes de télévision, bien que plus ancienne sur des supports comme le mobile par exemple, est loin d'avoir remporté la même adhésion du public. Nous anticipons cependant que le succès rapide de la tablette pourrait contribuer à une consommation nouvelle des services de télévision linéaire sur ce support.

- **Le succès des smart STB, outil de contrôle de la consommation TV**

Le développement des décodeurs aux fonctionnalités avancées, est certainement le deuxième phénomène majeur sur le secteur, bien que plus limité puisque réservé aux seuls foyers abonnés à la télévision à péage. Les smart STB sont désormais au centre de la guerre commerciale entre distributeurs d'offres de télévision à péage, car se posant à la fois en outils puissants de fidélisation et source d'augmentation de l'ARPU.

- **Une actualité majeure autour de la TV connectée, mais qui prendra du temps avant de produire ses effets**

Le contenu over-the-top (OTT) et les widgets sur le téléviseur sont incontestablement au cœur de l'actualité, avec la multiplication depuis dix-huit mois des téléviseurs connectés et, plus largement, des différentes solutions de connexion du téléviseur à Internet. Pour autant, si les exemples sont nombreux et si les services et applications s'enrichissent quotidiennement, il s'agit encore pour le moment d'environnements peu stabilisés et certainement peu lisibles et compréhensibles par le grand public. Aussi, si l'effervescence est grande autour de ces sujets, la révolution promise risque de se faire encore attendre quelques années.

- **De nombreux obstacles à lever pour le déploiement de la 3D, en tant qu'outil d'enrichissement de l'expérience TV**

Enfin, l'arrivée de la 3D, relève pour le moment encore davantage du test pré-commercial et du coup marketing que du service établi. Le manque de contenus ne facilite pas la constitution d'une offre de chaînes abondante. La 3D apportera une expérience enrichie quand les nombreux obstacles à son développement massif auront été levés, mais ne devrait pas apporter de bouleversements majeurs dans le secteur.

- **Révolution, oui, mais après-demain !**

Si les briques d'une révolution dans le secteur de la télévision sont en train de se mettre en place, les premiers effets importants pour les acteurs en place ne devraient commencer à se faire réellement sentir qu'à partir de 2013 pour les États-Unis, 2014 pour les marchés européens les plus avancés comme le Royaume-Uni et la France, et 2015 pour les autres marchés européens.

Chef de projet
Florence Le Borgne

Contacts

IDATE

Florence Le Borgne

Chef de projet, Directrice de la Business Unit "TV & Digital Content"
f.leborgne@idate.org

PR

Emmanuelle Renault

Presse & Technologies
erenauld@pressetech.fr - Tel +33 (0) 156 566 464

A propos de l'IDATE

Depuis 1977, l'IDATE s'est imposé comme l'un des premiers centres d'études et de conseil en Europe dont la mission est d'accompagner les décisions stratégiques de ses clients sur les secteurs Télécoms, Internet, Médias, à travers deux domaines d'activités : **Consulting & Research** (un conseil indépendant et la publication d'un catalogue d'études de marché), **DigiWorld Programme** (un programme annuel supportées par ses membres : DigiWorld Club, DigiWorld Summit, DigiWorld Yearbook, Communications & Strategies, ...).

Pour plus de renseignement concernant nos activités: www.idate-research.com

BP 4167 – FR 34092 Montpellier Cedex 5 - www.idate-research.com - +33(0) 467 144 444