

NOUVEAUX ECRANS
NOUVELLES REGULATIONS

USAGES
DEFINITION
ENJEUX
PROJETS

USAGES

Multitâches



Ici & Maintenant



Des outils très personnels



Désintermédiation



Réseaux Sociaux : le nouveau paradigme



Evolution des matériels de contrôle et de navigation



Qualité du service / Qualité de l'image



L'audience participative



Puissance & Attractivité des services



Piratage



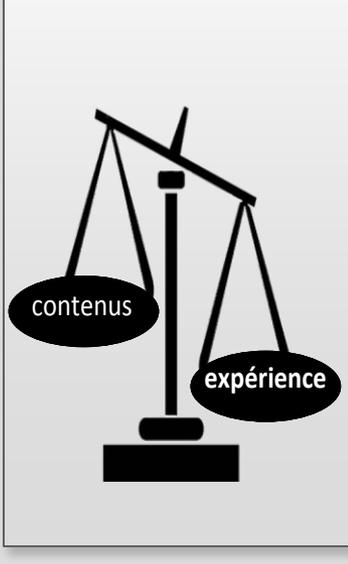
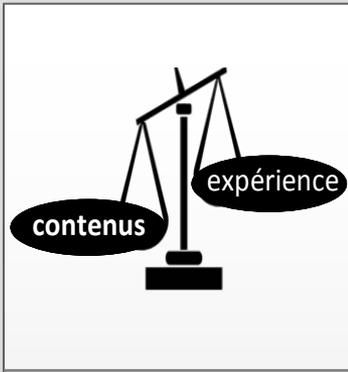
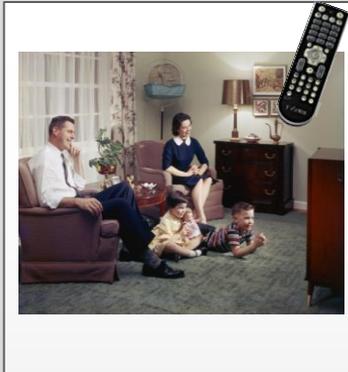
Multiplication des contenus vidéos

Multiplication des terminaux

Nouveaux modes de consommation

Lien & partage social

L'expérience devient primordiale



DEFINITION

L'arrivée d'Internet dans le téléviseur n'est pas une nouveauté

Les box ADSL pourraient proposer des services équivalents depuis longtemps et certaines box ont les mêmes promesses que les téléviseurs directement connectés.



La seule évolution technique, c'est que l'on peut désormais brancher directement le câble RJ45 dans le téléviseur.



La révolution de la Télévision Connectée est ailleurs :

- Elle réside dans les efforts des fabricants de TV en matière de **marketing et d'ergonomie**
- L'émergence des **services « Over the top »** i.e.. indépendants des opérateurs, facilités par les accords mondialisés que peuvent contracter les fabricants (Netflix, Yahoo, Facebook ...)

Cette révolution en termes de richesse des services proposés est comparable à l'arrivée de l'iPhone dans le monde de l'internet mobile.

Les **usages** sont encore inconnus car on ne peut pas présager de l'appréence du public ...

... mais on peut déjà définir la TV connectée en distinguant les différents **services** :



Média Center

Convergence sur un même écran des contenus de tout le foyer (photos, musiques, vidéos ...)



Navigateur

Accès aux pages internet par un navigateur (nécessité souvent un clavier)



Applications

Diverses applications directement sur la TV à l'instar de l'iPhone, proposées via un magasin d'applications



TV enrichie

Enrichissement de l'expérience TV classique par des contenus additionnels (infos, bonus, partage...)

Interactivité des écrans entre eux

Tous les écrans, tous les matériels connectés peuvent communiquer entre eux, se « parler ».
Chaque matériel peut devenir une porte d'accès à la TV



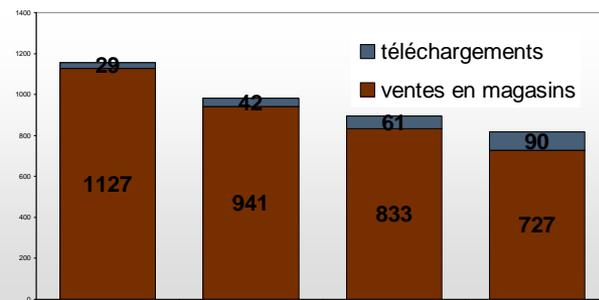
ENJEUX

Déjà **2 industries** ont été ébranlées faute d' avoir su prendre le **virage numérique**

Musique



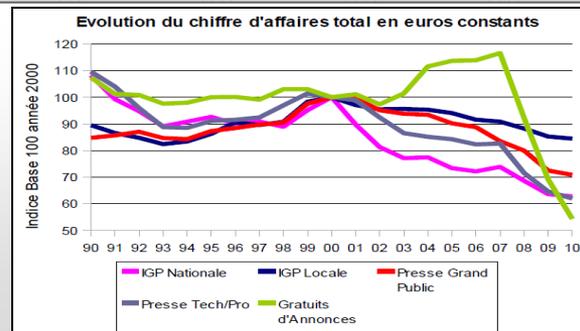
- 30 %
CA 2007-2010



Presse



- 26 %
CA 2000-2010
(€ constant)



Source DGMIC / BREP

TV



C' est désormais au tour de la télévision de faire face à ce défi et de prouver sa capacité d' adaptation au numérique. La mutation a déjà commencé pour l' information où internet est devenu la 1ère source d' information devant la télévision.

⇒ Lutter contre une double exclusion

Par les **contenus**

Par les **usages**

⇒ Garder à l' esprit les questions sur les usages du public

Comment
s' **informe**-t-il ?



Comment se
divertit-il ?



Comment
s' **éduque**-t-il ?



Comment
partage-t-il ?



Relier la télévision et les réseaux sociaux

- Proposer une expérience autour d'un programme
- Re-capter l'attention des téléspectateurs
- Fidéliser autour d'une marque, d'un programme
- Créer de l'interactivité grâce à un second écran



Créer de la valeur

- Une connaissance accrue de son audience
- De nouveaux parcours (search, découverte, recommandation)
- De nouvelles opportunités pour la publicité
- La possibilité de monétiser de nouveaux services (VOD, T-commerce...)



S' accorder sur des règles de bonne conduite

pour lutter contre le détournement d' audience

Réaffirmer le principe de neutralité du net

pour que chaque acteur accompagne l' ouverture

Réfléchir aux évolutions réglementaires

pour garantir la diversité et la valeur des contenus

Trouver le moyen de fluidifier

l' accès aux droits et la circulation des œuvres



Dans un monde ouvert et globalisé ...

- Les contenus les plus attractifs, les plus recommandés, auront de **nouvelles opportunités** d'exister
- Mais il sera difficile pour la création nationale ou européenne de **faire émerger ses contenus**



Les éditeurs de contenus doivent garder leur rôle de :

**sélectionneur
programmateur**

Proposant une offre et
une expérience média

**soutien de
la création**

Contribuant au
financement des contenus

marque puissante

Donnant une valeur et une
visibilité aux contenus

tiers de confiance

Garantissant la pluralité et
la qualité des contenus

PROJETS



- Permet de revoir les journaux télévisés des dernières 24 heures (France2, France3 National, Régions et Outre-mer 1ère).

- Accès via une navigation simple par zones géographiques aux JT régionaux de France 3 et des chaînes 1ères.



novembre 2011 : lancement chez Philips

Été 2012 : portage chez LG et Samsung et mise à jour chez Philips

Développé par Joshfire



- information
- bulletin météo en vidéo
- guide des programmes

- partage sur les réseaux sociaux (prochainement)

- accessible également sur les téléviseurs non-connectés à Internet.



Depuis Novembre 2011



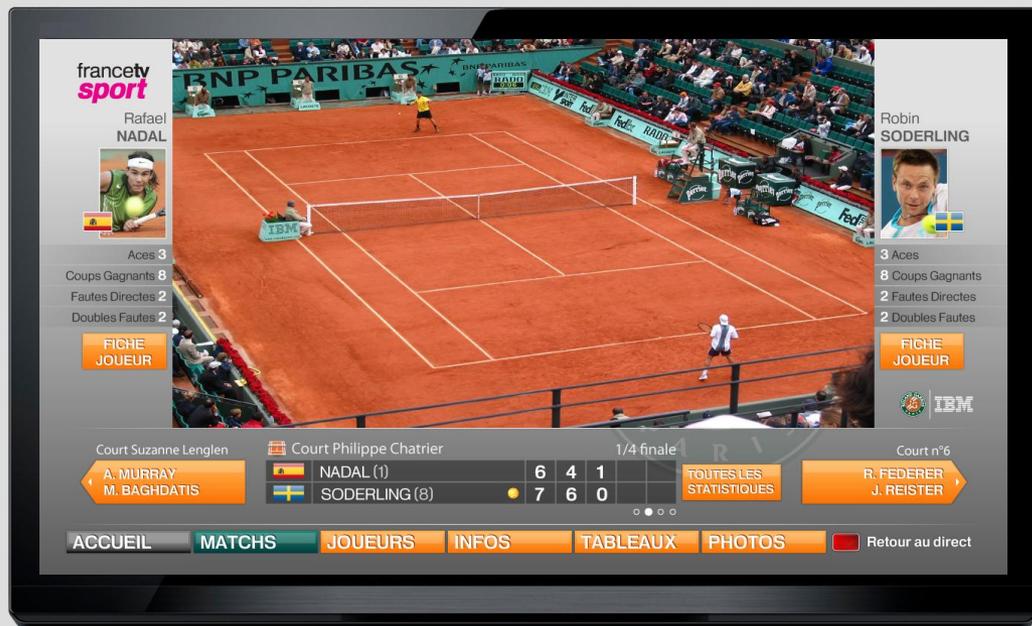
- Axe principal de l'innovation :
« intégration dans la chaîne de programme en direct »

- Très bonnes retombées presse



Depuis avril 2012





Prolongement de l' expérience 2011

- Score et statistiques en temps réels
- Fiches descriptives des joueurs
- Tableaux du tournoi...

Nouveautés 2012

- Rafraichissement, modernisation, optimisation du look & Feel
- Nouveaux flux issus de la rédaction sports : articles, brèves, match en cours...
- Intégration de la publicité et commercialisation par FTP





Un service de « Re-Start » permettant aux téléspectateurs ayant un téléviseur HbbTV connecté de relancer depuis le début un programme en cours (diffusé sur l'une de nos chaînes en soirée) en pressant sur une touche de la télécommande.



Depuis le 3 Juillet 2012



Application événementielle sur TVC en HbbTV pendant les JO

- vidéos Pluzz découpées et éditorialisées
- vidéos éditées par la rédaction web
- données statistiques et fil d'info/social



Du 27 juillet au 12 août 2012





Développement de l'application *Zouzous* sur TV connectée et portage chez différents constructeurs



Réalisation d'une **application compagnon tablette** de l'émission *C à vous* pour explorer au plus loin la complémentarité des devices sur l'enrichissement éditorial.



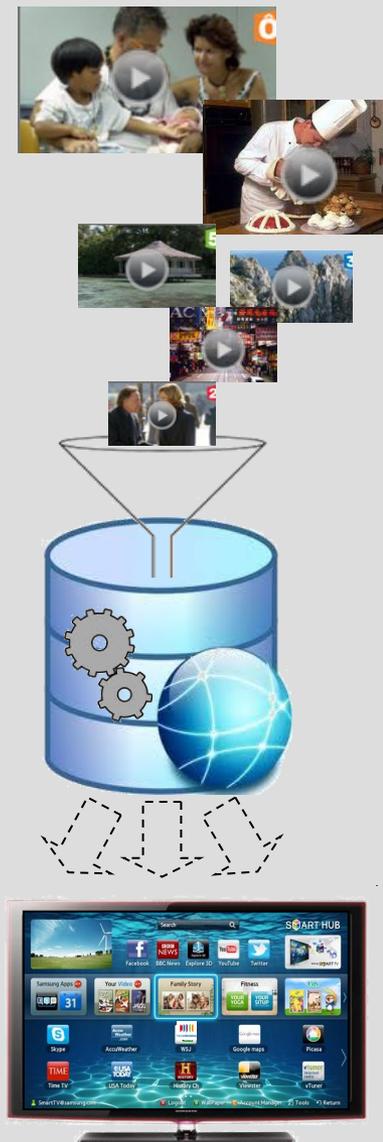


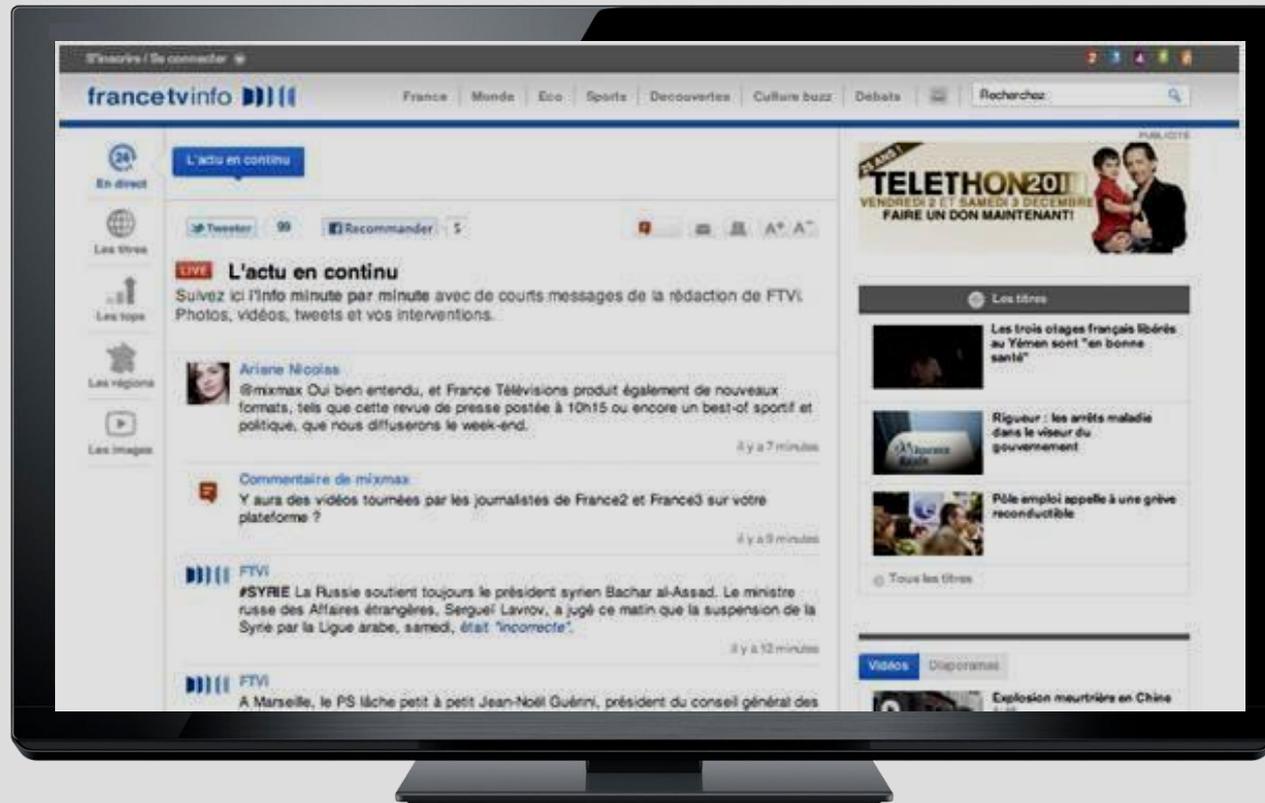
Préparer les chaînes du groupe à la synchronisation des programmes avec d'autres objets/écrans de façon fine (image par image). Une option retenue est celle du tatouage audio intégré au flux (en régie finale).



Création d'une plateforme permettant d'industrialiser la création de chaînes relinéarisées (ex : FTV arts de vivre)

- Plateforme de marché
- Métadonnées
- Moteur de recommandation
- Distribution multi-support/multi-distributeur

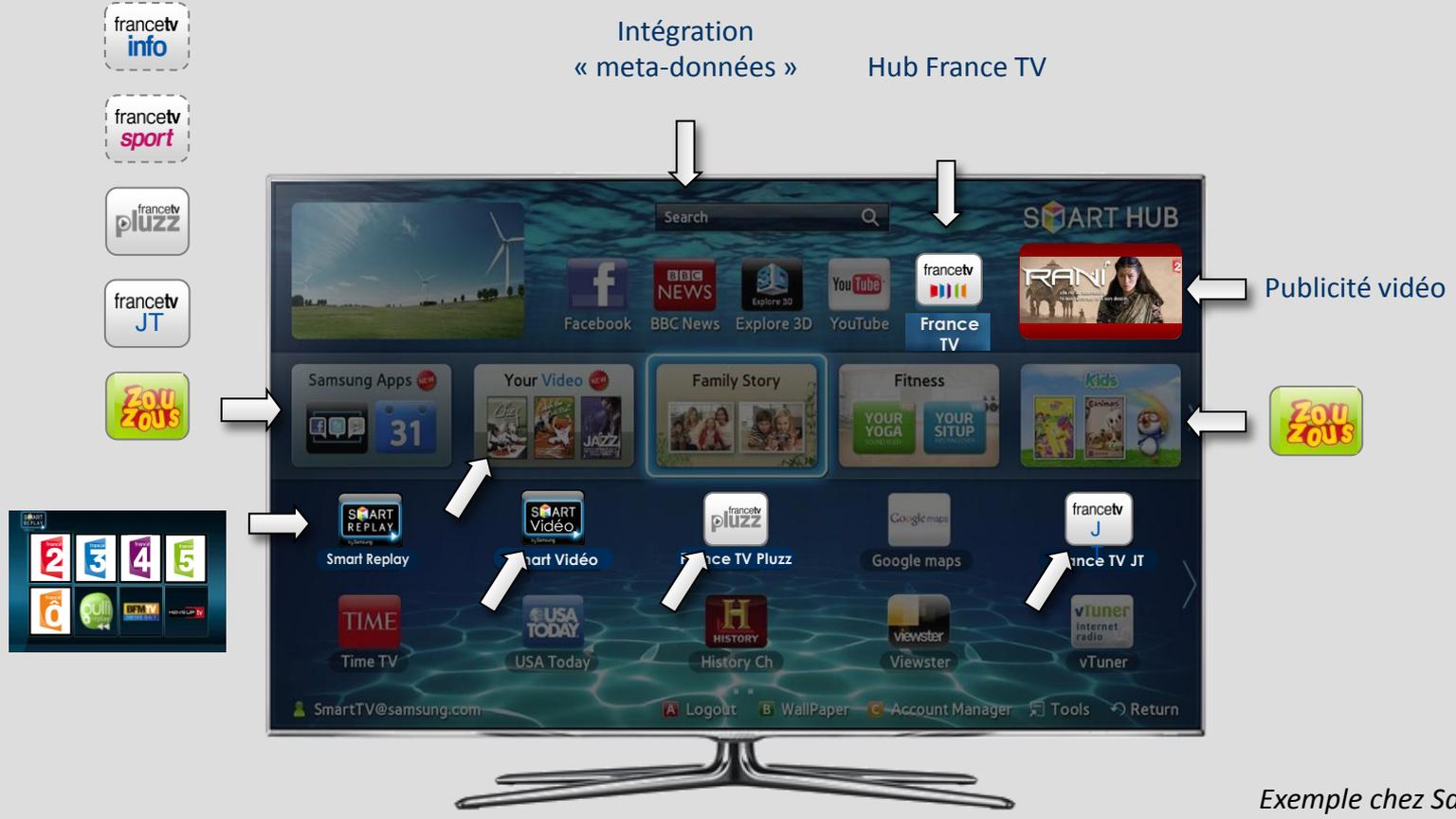




Déclinaison de FranceTV iNFO en TVC, conservant l'intégrité de l'expérience dont le lien avec l'audience, le temps réel et les alertes.



Distribuer nos services en OTT



Exemple chez Samsung

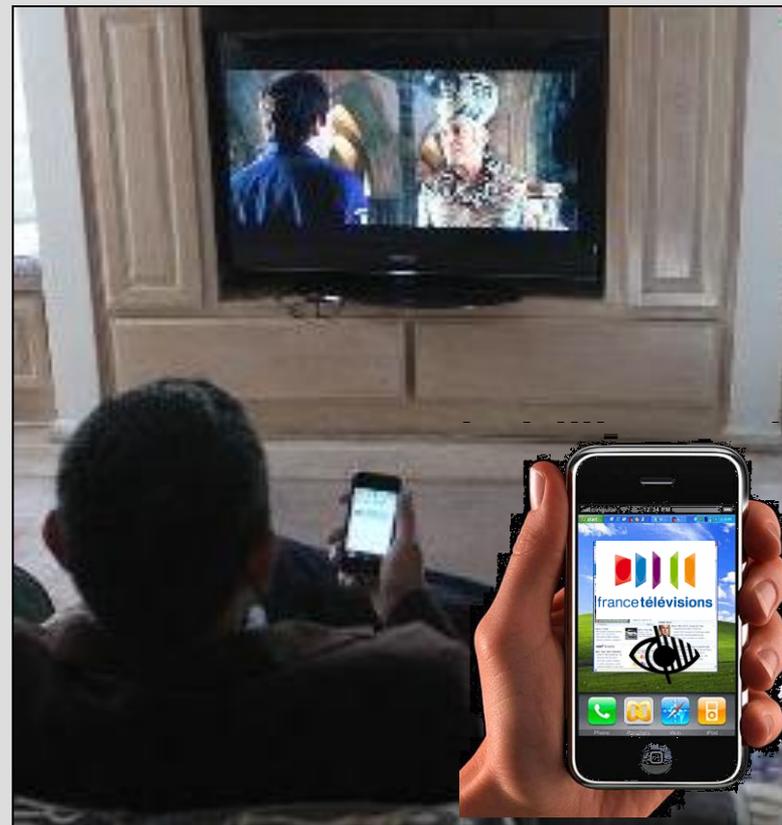


Distribuer la nouvelle boutique VOD de FTD sur la TV
Connectée et sur les box OTT



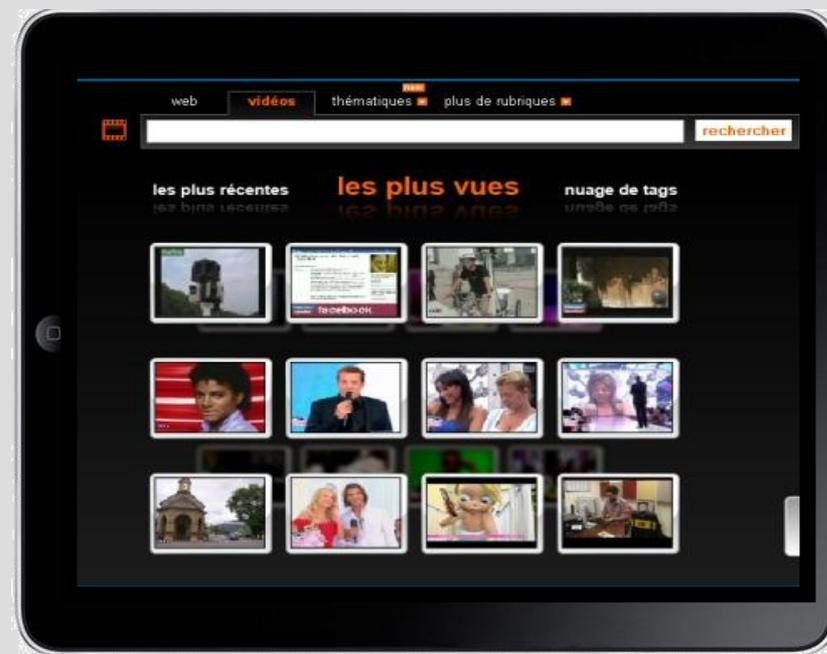


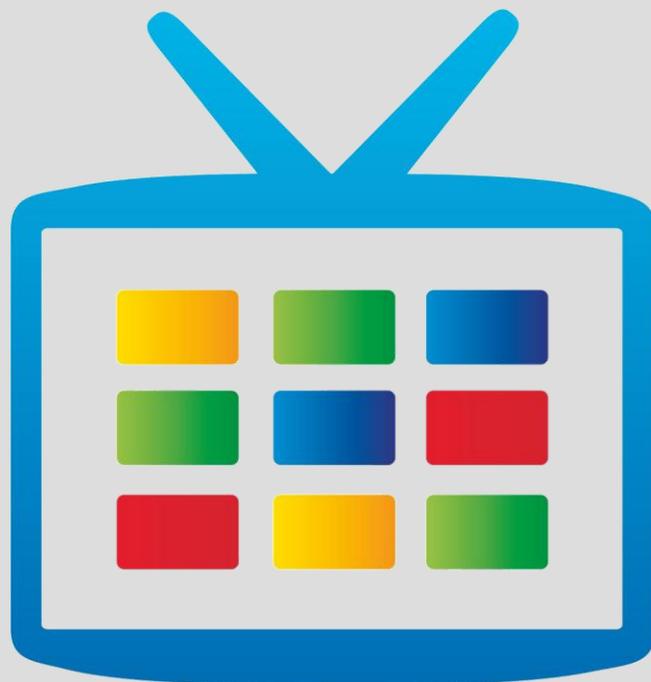
Lancer une application second écran, permettant à un membre de la famille de profiter de la version audiodécrite (ou VO) d'un programme, tout en partageant le visionnage sur TV avec son entourage.





Partenariat de France TV et Orange Labs ayant pour objectif d'utiliser les technologies de description de programmes pour réaliser un POC de démonstration sur le découpage et l'indexation des contenus





Photos



Google play *powered by*



Search



TV & Movies



You Tube & *Channels*



Your Phone is your remote

Merci

Eric Scherer

 @EricScherer



Blog : meta-media.fr



Cahier de tendances #3