



Opinions Libres

le blog d'Olivier Ezratty

Back to the “Future TV”

J’ai assisté les 9 et 10 novembre 2009 à la conférence “**Future TV**” organisée par le cabinet de conseil **Items International** et sponsorisée par différentes organisations telles que la DRIRE Ile de France ainsi que les pôles de compétitivité **CapDigital** et **Images et Réseaux**. Elle avait lieu à l’Espace Pierre Cardin à Paris.



La télévision du futur est un de mes grands sujets d’intérêt. Vous aviez pu le constater avec la publication de mon livre blanc sur les **Opportunités de la télévision numérique** en juin 2009.

L’agenda de cette conférence n’était pas à proprement parler alléchant, mais cela m’intéressait de voir comment le sujet était abordé par les protagonistes invités. Il y avait au programme les tables rondes suivantes, certaines ayant lieu en simultané :

- Effet de la diversification des canaux de distribution sur une même chaîne de valeur (vue), où intervenait notamment le DG de France 2.
- Régulation entre neutralité et stimulation du marché (pas vue)
- La TV mobile : comment trancher le nœud Gordien en Europe ? (vue)
- La bataille des plateformes de service (vue)
- La standardisation comme stratégie d’un modèle de télévision ouverte ... ou fermée (pas vue)

- La production à la recherche de nouveaux équilibres face aux effets de la convergence (pas vue)
- Les grandes évolutions des années à venir (IPTV, HDTV, 3D, Widgets, Green TV, DVB-T2, etc.) - (pas vue, dommage...)
- Le futur de la publicité TV (pas vue)
- Les nouvelles formes de produire du contenu (pas vue)
- Radio et presse : basculement vers la télévision ? (vue)

Le Japon était à l'honneur avec un intervenant de ce pays dans les keynotes et dans un certain nombre de tables rondes. Les intervenants étaient de niveau très variable. Le plus intéressant était d'ailleurs celui de rang le plus faible (de KDDI, le grand opérateur télécom privé). Et dans les dizaines intervenants, il n'y avait qu'une seule femme (Janine Langlois-Glandier), encore moins que dans les événements sur l'entrepreneuriat déjà fort masculins.

L'assistance d'un peu moins de deux cent personnes était difficile à segmenter. Il n'y avait que quelques bloggeurs identifiables (Fabrice Epelboin de **RealWriteWeb** et Christian Jegourel de **YouVox**). Avec Rodrigo Sepulveda-Schulz "*entre la Grèce et Monaco*", nous étions juste deux à prendre des photos de l'événement. La grande lose quoi !

Au bilan, cette Conférence sur le futur de la télévision parlait essentiellement... du présent. Bien peu de prospective et surtout, presque aucun intervenant ne proposait une vision des aspirations des consommateurs et de ce que la technologie pourrait permettre comme évolutions de l'expérience télévisuelle. D'où une très grosse absente : la "Social TV", inexistante dans les débats, sauf pour l'intervenant de KDDI dont nous reparlerons. "Social TV" à ne pas confondre avec les contenus UGC, largement évoqués.

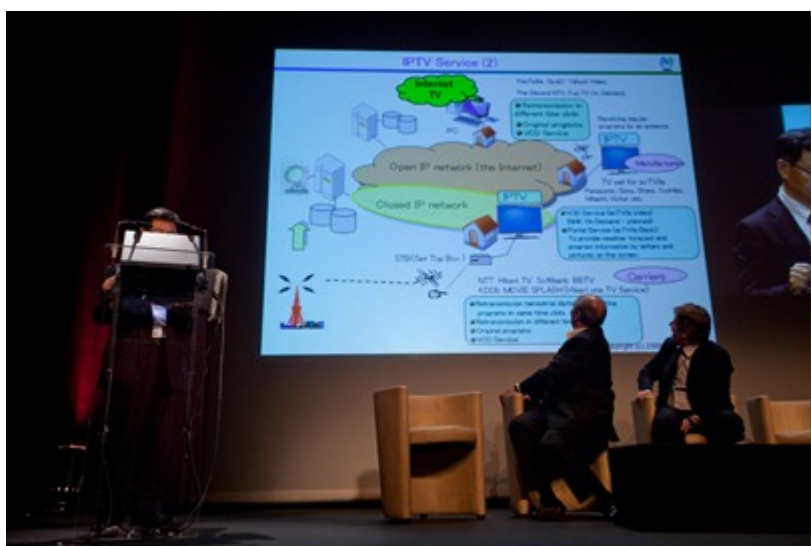
Alors, voici un panorama de ce que j'ai pu entendre... et photographier !

Keynotes

Dans les keynotes, nous avons Janine Langlois-Glandier (que j'ai loupé, merci les problèmes de transport de ce jour là...), puis Jean-Louis Missika, Adjoint au Maire de Paris en charge de l'innovation et auteur notamment de "**La fin de la télévision**" (*ci-dessous*). Il ne venait pas jouer les Roland Emmerich du média télévision, mais plutôt évoquer les transformations profondes des usages, l'impact sur les grandes chaînes, et le rôle à surveiller de près des acteurs comme Yahoo et Apple qui peuvent créer des ruptures fortes de chaîne de valeur sans compter Google qui l'a déjà fait. Il était suivi de Henri Verdier, ci-devant président du pôle de compétitivité Cap Digital dont le rôle est de dynamiser l'écosystème francilien de l'innovation dans ce domaine.



Il y avait aussi Kan'ichiro Aritomi, Président de la "Foundation for MultiMedia Communications" bien caché derrière son pupitre et ses notes mais parlant bien l'anglais qui nous a présenté une vision très matérielle et infrastructure de l'univers de la télévision au Japon, mais peu tournée vers les usages et surtout sur la prospective. A part bien entendu la croissance de la télévision sur IP (IPTV), alimentée par le fort développement de la fibre optique (FTTH) au Japon. La culture d'ingénieurs du Japon les a bien distancés des services en ligne et des logiciels, et cela se voit !



Les keynotes de cloture étaient quant à eux bien dépitants avec un représentant de second plan de la DRIRE Ile de France et un autre du pôle Images et Réseau. On était bien bien loin d'un "TED moment"...

Alors, quoi de neuf docteur ? Bien, pas grand chose !

Le débat sans fin de la télévision mobile

Il y avait ce débat la TV mobile qui me semble relever d'un problème qui n'en est pas vraiment un pour les consommateurs. Les chaînes traditionnelles aimeraient bien disposer de ce nouveau canal de diffusion, mais les opérateurs de diffusion (TDF ou télécoms) rechignent à en supporter le coût des infrastructures. Alors qu'en fait, le format même des contenus existants n'est pas adapté au mobiles (notamment en termes de durée).

Les intervenants évoquaient aussi le cas de la Corée et de sa TV mobile gratuite qui n'est pas économiquement viable, et la payante qui peine à monter en puissance faute d'accords avec les principales chaînes de TV.

Et la télévision en 3G ? Malgré ses lourdes contraintes liées à la bande passante mobile qui est limitée pour les opérateurs, c'est elle qui monte en puissance et qui est la plus porteuse de nouveaux services.

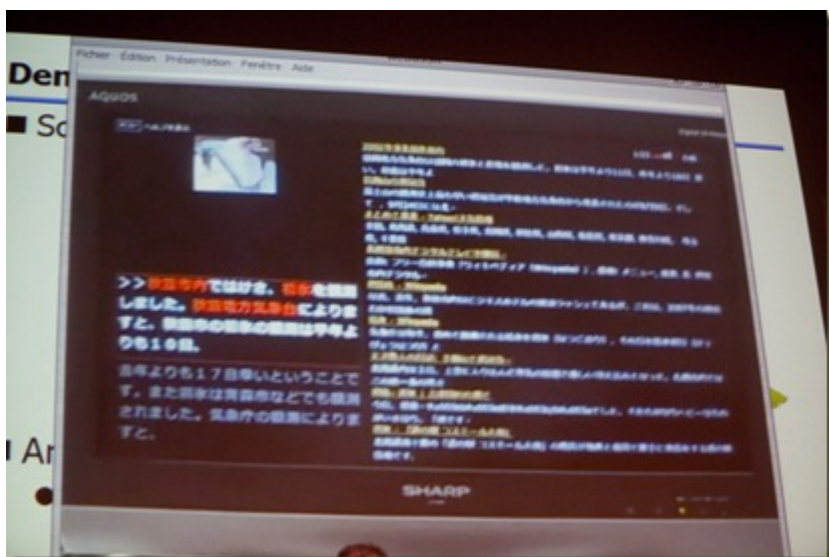


Social TV, où y es-tu ?

Petite exception dans la morne plaine avec l'intervention dans la table ronde sur "la bataille des plateformes de service" d'un certain Satoshi Miyaji, ci-devant Manager du Network Planning Department de la Technology Division de KDDI Corporation, le grand opérateur télécom privé japonais. Un petit jeune timide lisant les réponses aux questions qui lui étaient posées sur ses notes (*ci-dessous*) et au niveau hiérarchique sans doute très bas, envoyé au turbin.



Mais qui nous a présenté une vidéo intéressante d'une vague forme de "Social TV" apportant une information riche sur le contexte d'une émission. En même temps, les photos prises (*ci-dessous*) ne permettent pas forcément de bien *mémoriser* les contenus présentés. La démarche est en tout cas intéressante et mérite d'être creusée. On peut être en effet intéressé d'obtenir sur sa set-top-box ou sa télévision un ensemble d'informations riches sur le contenu d'une émission, sur les évaluations d'autres téléspectateurs, sur ses amis qui la regardent et l'on notée, etc.



L'UGC et la vidéo

La table ronde consacrée au basculement de la radio et de la presse vers la télévision a surtout traité de la vidéo sur Internet, mais pas beaucoup de radio.

Le sujet était introduit par Benoît Raphaël, Rédacteur en chef de **lepost.fr**, ce qui m'a permis d'apprendre que son audience fleurissait avec les 3 millions de vu/mois, soit le double de **Rue89**.

Les deux sites ayant adopté une approche voisine associant journalistes et contenus externes en mode "UGC".



Benoît Raphaël mettait en évidence le rôle de "repackager de télévision" d'un de ces contributeurs, dans le blog **FullHDReady** hébergé par LePost, et créé par un passionné de la télévision. Il y publie des extraits d'émissions de télévision qui sont ensuite activement commentés par les lecteurs. Son travail d'éditorialisation de ces émissions complète fort bien celui des chaînes qui se contentent de proposer de la "catch-up TV". Une formule visiblement trop limitée puisque le contenu diffusé dans le contexte de l'UGC a plus d'audience que le même contenu diffusé dans son média traditionnel d'origine. Cette éditorialisation est définie fort à propos comme du "**User Generated Context**" par Dominique Delpont de Havas Media.

Alain Weill, le patron du groupe NextRadioTV France (RMC, BFM, groupe Test, La Tribune) jouait notamment le rôle d'observateur avisé de certaines tendances : il a testé l'Apple TV et trouve l'outil fort pratique pour rester au courant de l'actualité et regarder informations, documentaires et productions dont le catalogue proposé y est déjà très fourni. Pour lui, on aura bientôt plusieurs tablettes et on y achètera des contenus qui étaient avant sur papier. D'ailleurs, le bilan carbone de la presse papier est douteux sachant que 50% d'un kiosque part à la poubelle.



Entendu sinon dans cette table ronde :

- L'image "mobile" a une influence grandissante dans le média télévisuel. Elle est un gage de vérité. L'instantané pris au milieu de la foule est très apprécié par les médias, comme en ont attesté différents événements récents (manifestations en Iran, le "casse toi pauvre con" de Sarkozy, etc).
- La fin du papier est en vue pour les quotidiens...
- Dans le groupe Figaro, 600 personnes sur un total de 2000 couvrent les supports numériques et cette activité est rentable. Mais il est difficile de valoriser un Internaute. La prix de la publicité est fixé avec de nouvelles règles difficiles à appréhender (clicks, enchères).
- La vraie "page vue" sur Internet vaudrait plus que la "page vue" dans la presse papier selon selon Ouest France.
- Besoin de plateformes ouvertes pour lire des contenus en ligne. La technologie Silverlight de Microsoft s'est gentiment faite assassiner par un intervenant car elle crée des contraintes pour accéder aux contenus. *M'enfin, pas beaucoup plus que Flash qui est omniprésent. Il faudra attendre un usage généralisé d'HTML 5 pour voire atténué le poids de ces standards propriétaires.*

Le format de ce genre de conférence

Je vais m'arrêter là dans ce compte rendu des séances.

En observant que ce genre d'événement sent un peu trop la poussière et semble sorti d'un autre

temps. Le format est trop convenu : des keynotes, des tables rondes avec trop d'intervenants, certains ayant gagné leur place en étant sponsors, et un manque de peps dans l'ensemble. L'interactivité avec la salle était minime, diminuée par la faible intensité des débats. A part Alain Weill et le DG de France 2, les représentants du secteur n'étaient pas d'un excellent niveau.



Un seul intervenant se détachait finalement du lot grâce à son côté déjeanté : **Jean-Bernard Magescas**, ancien de FON (*ci-dessus*). Le genre de gars qui dit tout haut ce que la salle pense tout bas (évitez les slides, etc) avec une belle présence (les mains...). Bravo l'artiste ! Il serait bon que ce genre de Monsieur Loyal s'implique finalement sur le fond pour animer ces débats qui glissent toujours dangereusement vers l'ennuyeux et où l'on oublie systématiquement quelle est la question qui est posée... quand elle l'a été.

Cet article a été publié le 12 novembre 2009 et édité en PDF le 11 septembre 2020.
(cc) Olivier Ezratty - "Opinions Libres" - <https://www.oezratty.net>