



Opinions Libres

le blog d'Olivier Ezratty

Tokyo CEATEC 2012 – TV connectée

Le CEATEC n'est pas un lieu d'innovation particulièrement fourni dans l'univers de la TV connectée. Mais on peut y appréhender la manière dont fonctionne le marché japonais. Sa structure est assez originale. C'est la combinaison des forces et faiblesses des industriels locaux et de la régulation qui en résulte.

Le marché de la TV japonais

Le marché de la TV japonais est très particulier, au même titre que le marché français.

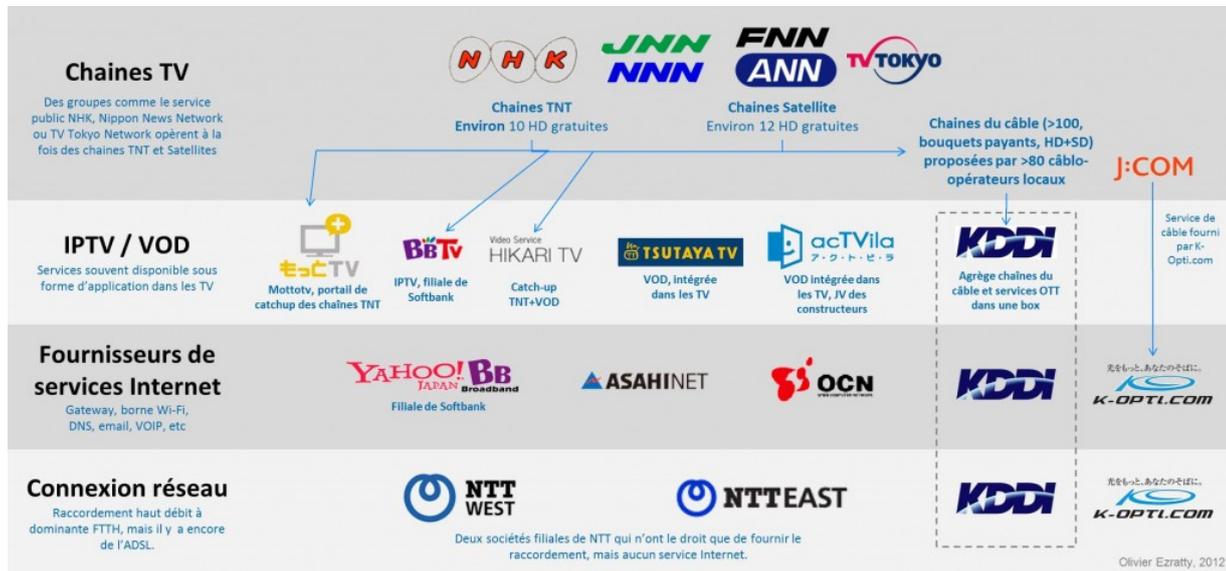
Commençons par évoquer les chaînes de TV japonaises et leur mode de diffusion :

- La voie **hertzienn**e numérique avec 10 chaînes TV diffusées dans le standard ISDB qui est aussi utilisé dans une variante en Amérique Latine et est décliné – comme le DVB Européen – en variantes pour la TNT, le câble et le satellite. Pourquoi si peu de chaînes ? Parce qu'elles sont toutes en HD et aussi, parce que pour des raisons historiques, d'autres chaînes ont été allouées à la diffusion par satellite.
- Le **satellite** avec 11 chaînes gratuites également en HD. C'est un moyen de diffusion important au Japon car le pays est très montagneux, sans compter les nombreuses îles qu'il comprend. Mais le nombre de chaînes est étonnamment faible au regard de ce que l'on peut par exemple trouver sur le bouquet de CanalSat, soit plus d'une centaine de chaînes. Chose curieuse, les diffuseurs comme la NHK qui alimentent la TNT et le satellite sont les mêmes mais les chaînes sont distinctes entre les deux modes de diffusion.
- Le **câble**, diffusé à l'échelle locale, avec plus d'une centaine de chaînes et tout et autant d'opérateurs locaux. Il y a cependant assez peu d'abonnés au câble : environ 7 à 8 millions de foyers.
- L'**IPTV**, qui est proposée par des opérateurs indépendants des fournisseurs d'accès à Internet, avec trois principales offres : Hikari TV de NTT Plala (du groupe NTT qui comprend aussi NTT DoCoMo qui gère les activités mobiles), Hikari One TV de KDDI et BBTB de BB Cable Corporation. Les bouquets IPTV comprennent des dizaines de chaînes dont parfois celles de la TNT et du satellite.

Du côté des services en ligne, le marché japonais est à la fois très horizontalisé quand il s'agit de NTT West et East pour le raccordement réseau et verticalisé pour d'autres opérateurs tels que KDDI. En France, les grands opérateurs proposent des offres triple-play avec accès Internet, téléphonie IP et télévision IP (IPTV). Au Japon, le raccordement au réseau – à dominante très haut débit en FTTH – est séparé de l'accès aux services en ligne de base (DNS, mail, VOIP, etc) et de l'accès aux chaînes TV et à la VOD. Tous les services Internet sont "over the top" par définition puisqu'aucun opérateur ne propose d'offre triple-play et que les opérateurs fournissant le raccordement n'ont pas le droit de fournir de services. Au Japon, la neutralité des réseaux est donc un non-sujet

car elle est garantie structurellement par cet empilement de services proposés par des sociétés distinctes !

Le marché japonais se distingue aussi par une large dominante de contenus produits localement. C'est une exception culturelle encore plus exceptionnelle que celle qui sévit en France. Elle protège bien les acteurs locaux. C'est en tout cas valable pour les chaînes de télévision. Les contenus étrangers, surtout américains, sont surtout disponibles dans les chaînes TV premium et dans la VOD.



Du côté des usages, le marché japonais est affecté par le vieillissement de la population. Plus les téléspectateurs sont âgés, plus ils passent du temps devant la TV et plus ils sont passifs. Statistiquement parlant, les usages de TV connectée sont donc handicapés par la pyramide des âges. Ce qui amène à la création d'offres qui relinéarisent de manière innovante des contenus vidéo et audio pour une consommation passive. La conséquence se retrouve dans un retard significatif dans les usages sociaux, bien moins développés que ce que l'on peut constater aux USA et même en France.

Côté mobile, signalons que le numéro un japonais est NTT DoCoMo. La fusion annoncée juste avant le CEATEC des numéros trois (SoftBank) et quatre (eAccess) du marché change un peu la donne. Le résultat consoliderait 34,3 millions d'abonnés mobiles, ce qui le rapprocherait du numéro 2, KDDI, avec ses 35,9 millions d'abonnés. A noter que si KDDI et SoftBank distribuent l'iPhone, ce n'est toujours pas le cas de DoCoMo. Ce qui a tendance à ralentir la diffusion des smartphones Apple sur ce marché, même si le retard initial à l'allumage est en cours de rattrapage rapide.

KDDI Smart TV box

L'opérateur télécom présentait au CEATEC sa nouvelle box TV qui remplace celle que j'avais pu voir l'année dernière. Elle devrait être disponible en décembre 2012.

Cette nouvelle "Smart TV box" qui serait fabriquée par NEC comprend un processeur Texas OMAP à noyau ARM et tourne sous Android 4.0. Elle est dotée d'un tuner DOCSIS 3.0 capable de recevoir les chaînes numériques du câble. Curieux pour un opérateur télécom n'est-ce pas ? C'est lié à l'organisation horizontale du marché japonais que nous avons évoquée en introduction. KDDI lance en effet cette box en partenariat avec une centaine de câblo-opérateurs régionaux au Japon. Des 7,5 millions d'abonnés au câble dans le pays, 80% peuvent utiliser le service de KDDI grâce à ses partenariats. L'offre s'appuie sinon sur la liaison IP existante du foyer pour les contenus à la demande. Celle-ci est fournie en général par NTT West ou NTT East.

La box supporte le standard DLNA pour accéder aux contenus du réseau du foyer. Elle gère la fonction d'enregistrement des chaînes de TV sur un disque dur externe. Un moyen de laisser le choix à l'utilisateur et de

réduire au minimum le coût de la box. Ce n'est pas lié à une taxe de copie privée qui n'existe pas au Japon comme chez nous.

Par rapport à sa version précédente, la box KDDI se distingue par une interface utilisateur originale qui rappelle un peu celle de iFeelSmart pour le menu d'accueil (*ci-dessous*) et celle du logiciel de présentation Prezi pour la navigation dans les différents écrans. Au regard des standards graphiques japonais, elle est très dépouillée. Vous pouvez en voir une démonstration enregistrée en vidéo par Franck Lassagne.

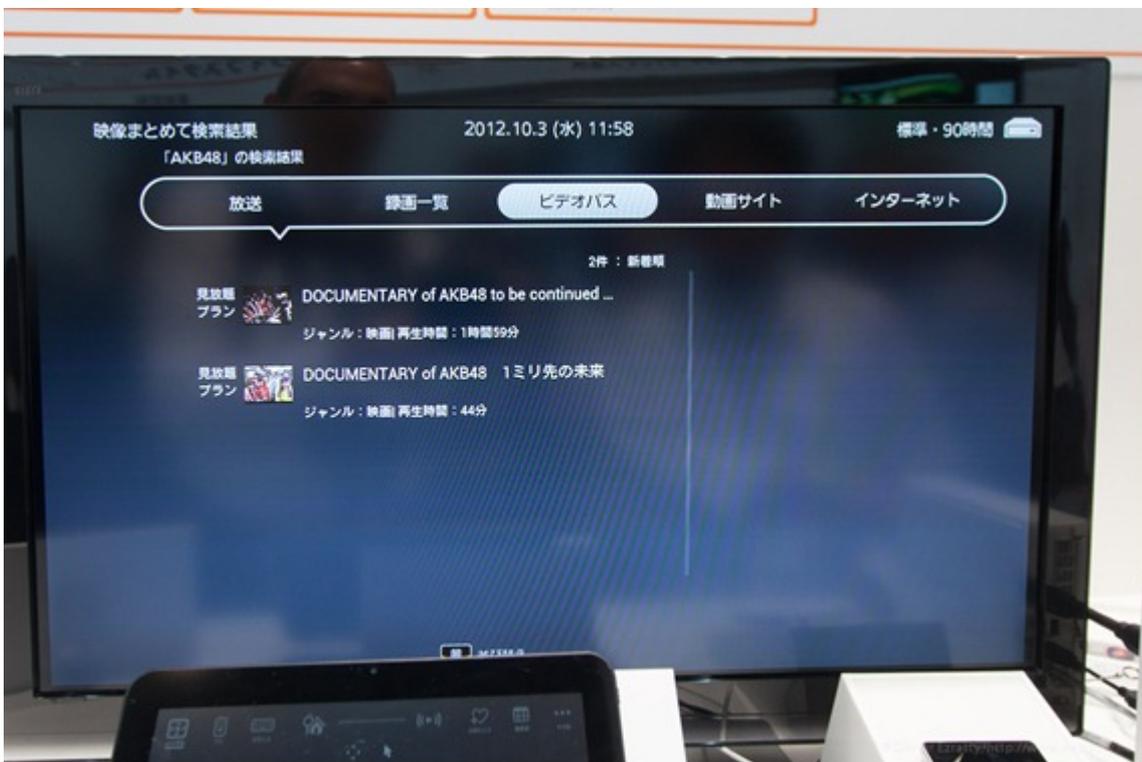


Les fonctionnalités proposées sont :

- L'accès aux chaînes TV en direct, au guide de programme des chaînes TV et à l'enregistreur de TV. Il est programmable manuellement ou à partir du guide de programme. On doit pouvoir enregistrer tous les épisodes d'une série mais ce n'était pas évident à vérifier dans la démonstration avec tous les menus en japonais ! La consommation de TV comprend aussi une fonction de recommandation.



- Une fonction de recherche de contenus où l'on sélectionne d'abord où l'on effectue la recherche : le disque dur et le réseau, le guide de programme, YouTube, ou Google Search. Cela rejoint une fonctionnalité que l'on trouve dans Google TV, mais pas du tout dans les box des FAI en France.



- Des offres de VOD (Video Pass), de musique (Uta Pass) et de jeux proposées par KDDI ou ses partenaires contenus.



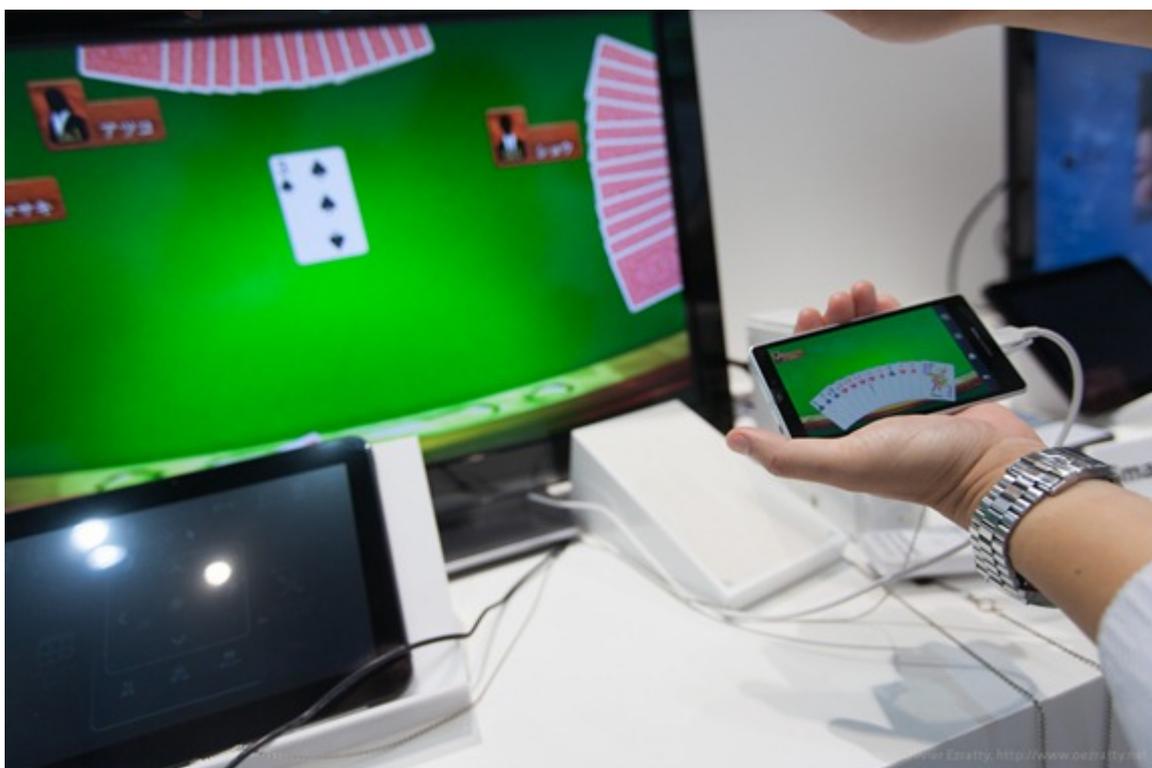
- Une fonctionnalité de widgets permettant de rassembler des applications simples sur un même écran.



- Une bibliothèque applicative donnant l'accès aux applications de la market place Android. La box est pour cela certifiée par Google.



- Une interface aussi disponible sur tablettes et smartphones... tournant sous Android. Elle semble complète, reproduisant le fonctionnement de la box, permet de sélectionner le contenu que l'on va voir sur la TV et aussi de télécommander la box en émulant la télécommande classique à bouton qui l'accompagne. On pouvait voir une application de jeu de cartes fonctionnant en mode multi-écrans, le joueur ayant son propre jeu sur son smartphone et l'écran affichant le jeu commun (*ci-dessous*)



KDDI propose aussi une version de sa box qui tient dans une clé USB avec une sortie HDMI. Elle se connecte à

la box principale en Wi-Fi. Elle apporte les mêmes fonctionnalités que la box principale sauf l'accès au tuner câble. C'est une clé destinée aux TV supplémentaires du foyer.

Deux fonctions "au goût du jour" ne sont pas disponibles dans cette box : la TV de rattrapage, car les chaînes TV en bloquent le déploiement, et les fonctions sociales, pas vues en tout cas dans la démonstration.

Je n'ai pas pu voir d'autres box d'opérateur sur le CEATEC. Les sociétés concernées n'avaient pas l'air d'exposer ! Le focus télécom du salon était sur la mobilité.

NHK et HybridCast

HybridCast est un peu l'équivalent japonais du HbbTV européen. J'avais vu quelques démonstrations d'applications prototypes HybridCast l'année dernière.

Quoi de neuf cette année ? Et bien, pas grand chose. Le déploiement d'HybridCast semble toujours en gestation. La NHK semble avoir du mal à transformer ses projets de recherche en déploiements. HybridCast devra fonctionner en tout cas quelque que soit le mode de diffusion des chaînes : numérique terrestre, satellite ou câble.



L'une des raisons semble être que des services interactifs existent déjà depuis des années sur les TV japonaises. Elles sont construites autour de l'envoi d'informations numériques dans les flux TV au format BML et à l'usage d'une voie retour. Cela donne des applications diverses qui sont ou reliées aux chaînes TV ou bien intégrées dans un portail de services.



Mitsubishi

Le constructeur exposait un concept bien rare : une TV LCD intégrant lecteur Blu-ray et un PVR, le tout couplé à un système audio générant du 5.1 et connecté aux mobiles. Cette intégration très poussée n'est clairement pas la voie choisie par le reste des constructeurs. Elle pose trop de problèmes en termes de maintenabilité de la solution. Mais bon, c'est un moyen de se différencier pour ce constructeur, pourquoi pas !

Autres constructeurs

Il est intéressant de constater que côté constructeurs de télévisions, la plupart insistent plus sur la qualité de l'image et sur la 4K que sur l'expérience de TV connectée. C'est un peu l'équivalent du CES de Las Vegas en 2006, avant l'apparition des premières "Smart TV". Au CES 2012, un stand comme celui de Samsung ou LG Electronics consacre plus des deux tiers de sa surface dédiée aux TV à l'expérience de TV connectée. Ici, quasiment rien. Il faut dire qu'il y a une sorte de nivèlement des services entre constructeurs. Ils proposent tous par exemple un service de VOD commun, Activa.

Toshiba montrait sur quelques TV diverses applications de TV connectée. Le constructeur présentait son "Regza Cloud Service TimeOn", une plateforme de social TV pour ses écrans fixes et mobiles. Si l'on en croit par l'explication imagée ci-dessous, cela a l'air de permettre de dialoguer avec les personnes qui regardent la même chose que vous et de partager des photos entre utilisateurs.

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

レグザクラウドサービス「TimeOn」

REGZA Cloud Services "TimeOn"

映像コンテンツを軸に、人とテレビ番組を、人と人を結びつける新しいソーシャル・ネットワーク・サービス。各サービスの有機的な連携により、テレビ番組の新しい視聴スタイルを実現します。

特長

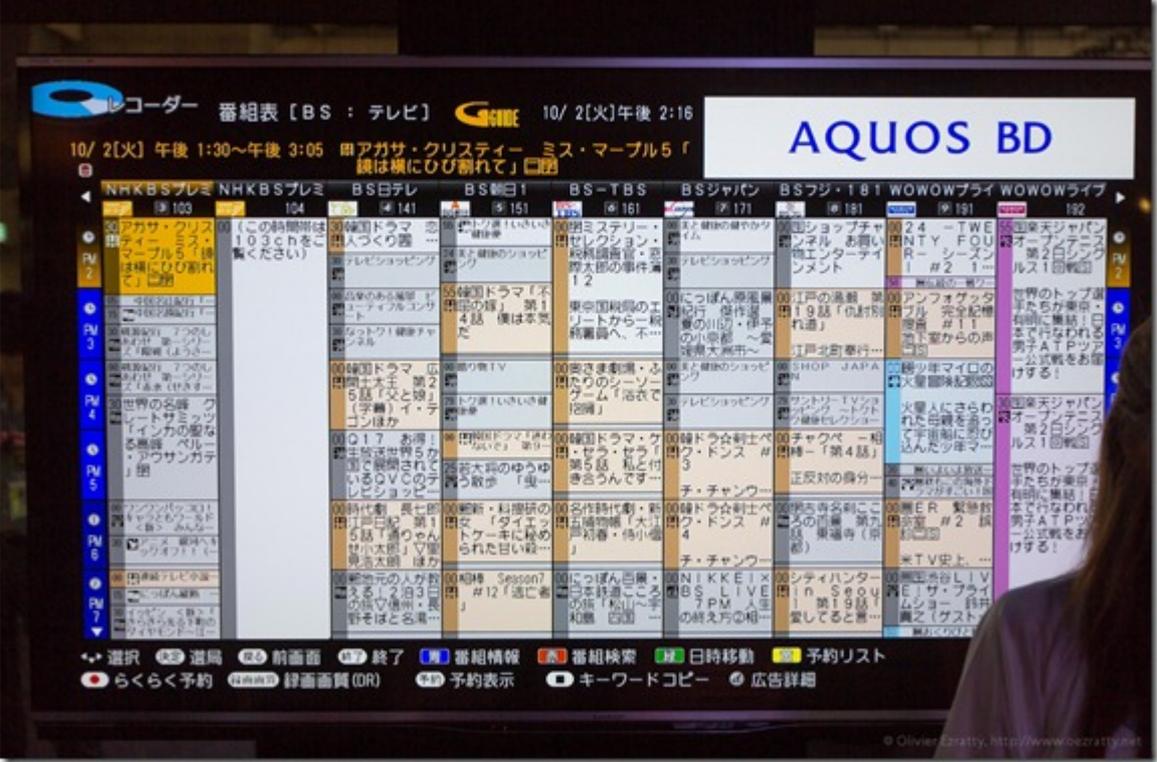
- 録画番組の中から、入力したキーワードに関連するシーンやネットで話題のシーンを検索できるほか、録画番組のシーン抽出再生ができます。
- 番組や番組中のシーンを友人におすすめしたり、家族などの伝言や、思い出の写真をテレビなどで共有できます。

クラウドメニュー

eco

© Olivier Ezratty, <http://www.ezratty.net>

Chez **Sharp**, on pouvait surtout voir les guides de programme super chargés de leurs Smart TV (*ci-dessous*), un standard d'interface au Japon. Mais aussi, une solution de télécommande vocale passant par un smartphone sous Android. Encore un lien avec le vieillissement de la population !



Et chez **Sony**, rien sur Google TV qui ne semble pas disponible au Japon mais seulement aux USA et dans quelques pays européens dont la France ! Le constructeur présentait son enregistreur à disque dur, le Nasne, sorti en août 2012, et qui avait défrayé la chronique à cause de pannes de disque dur liées au fait que celui-ci n'était pas bien isolé dans le boîtier.

Chez le fabricant de composants **Mitsumi**, on pouvait voir une set-top-box Android 4.0 tenant dans une clé USB rappelant celle qui était présentée sur le stand de KDDI. Ici, il s'agissait de valoriser les connecteurs et module Wi-Fi de Mitsumi.

Voilà pour ce petit tour de l'univers de la TV plus ou moins connectée tel qu'observé au CEATEC.

Au passage, il me faut remercier Pierre Mustière et Carole Naganuma du bureau de Tokyo de **Bouygues Télécom**, que j'ai pu rencontrer sur place, et qui m'ont grandement aidé à comprendre la structure du marché japonais !

Dans la suite de mon compte-rendu sur le CEATEC, nous évoquerons les "usages", un fourre tout avec tout un tas de solutions diverses, notamment mobiles. Puis les composants et enfin les greentechs.

Cet article a été publié le 8 octobre 2012 et édité en PDF le 23 mars 2024.
 (cc) Olivier Ezratty – "Opinions Libres" – <https://www.oezratty.net>