



Les français de la TV connectée : Visiware

Voici le portrait d'une nouvelle entreprise française de l'univers de la télévision connectée. **Visiware** est assez ancien dans le paysage avec 18 ans au compteur. Autant dire que la société a eu l'occasion de traverser toutes les évolutions du paysage de la télévision numérique depuis les débuts du satellite numérique jusqu'à l'univers multi-écrans hyper-connecté d'aujourd'hui ! Elle se développe maintenant dans le secteur de la social TV où elle est devenue un acteur international. C'est même l'une des rares PME françaises à y être arrivée !

Les débuts

Visiware a été créé en 1994 par Laurent Weill sous la forme d'un éditeur de jeux vidéo dits de "casual gaming" destinés aux set-top-boxes d'opérateurs de télévision payante. Il était persuadé que le casual gaming se développerait dans la télévision interactive qui démarrait à l'époque.



Au démarrage, la société a bénéficié du fort développement et de la concurrence dans les bouquets de TV payante en France. Canal Satellite avait été lancé en 1992 en analogique, suivi quatre ans plus tard du passage à la diffusion en numérique et le lancement des terminaux Mediasat. Au même moment était lancée l'offre concurrente de TPS. Cette concurrence vivace en France a permis à Visiware de se développer initialement avant de se lancer à l'international.

Au départ, ces jeux étaient utilisés sur les box d'opérateurs satellite et câble lorsque ceux-ci ont adopté les premières architectures numériques dans les années 1990. A l'époque, les logiciels étaient diffusés sur les ondes, notamment satellitaires, et récupérés par les box par le biais de ce que l'on appelle les carrousels. Ces carrousels étaient des flux numériques envoyés de manière cyclique et qui intégraient le guide de programme de la box, son firmware, les clés de contrôle d'accès pour les cartes à puce et des contenus additionnels comme des jeux. C'était la solution utilisée lorsque la télévision numérique reposait exclusivement sur des technologies de diffusion "broadcast" envoyant la même chose pour tout le monde et tout le temps.

Ce choix du casual gaming dans la TV interactive fut une bonne pioche puisque Visiware en est devenu le leader mondial ! Oui, c'est possible ! Il était cependant leader d'un marché de taille plus réduite – dans le marché de la TV broadcast – que ne sont ceux du jeu sur d'autres plateformes comme les consoles ou Facebook.

Visiware est très vite devenu un acteur international de son marché et ses références dans le monde entier devraient faire envie à n'importe quelle startup qui se lancerait dans l'univers de la TV connectée. Ils sont notamment très présents aux USA avec des déploiements réalisés pour l'opérateur satellitaire Dish (qui s'y partage ce marché avec DirecTV, Visiware y est présent depuis 10 ans) et aussi Disney et Videotron (au Canada). En Europe, ils sont notamment présents sur les réseaux UPC et fournissent des jeux à Sky UK.

La société emploie environ 80 personnes dont une soixantaine à son siège situé à Sèvres (Hauts de Seine) et des bureaux aux USA et à Sydney en Australie. La Direction Générale est assurée par Colas Overkott qui a rejoint la société en 2006. Il avait auparavant passé 10 ans chez TF1, lancé la publicité sur Eurosport, géré l'international et lancé eTF1 avec Anne Sinclair. Il était ensuite parti gérer Lysis, une startup dans la vidéo à la demande à la séance faisant maintenant partie du groupe Nagravision. Il a ensuite rejoint SCM Microsystems, une société à l'origine des modules de cartes de contrôle d'accès CAM et CI elle aussi vendue au groupe Kudelski/Nagravision et devenue SmartDTV.

Côté équipes, on y retrouve une grande diversité liée à celle des métiers avec des directeurs artistiques, des ergonomes, des développeurs et des chefs de projets, en plus des équipes vente et marketing.

Le pivot

Ce marché a bien évolué au milieu des années 2000. Les opérateurs de bouquets de TV payante ont un peu mis en veilleuse leurs offres de jeu pour se focaliser sur les contenus et les migrations technologiques au 16/9 et à la HD. De l'autre côté, la montée en puissance des acteurs de l'IPTV n'était pas assez rapide pour prendre le relai. Cela a impacté à la baisse l'activité.

Depuis la fin des années 2000, l'IPTV a aussi pris le relai des opérateurs de TV payante côté croissance. Alors qu'en France, ce marché est considéré comme mature, il est encore en forte croissance dans les autres pays développés, avec des taux de pénétration des foyers encore modestes.

Le business du "casual gaming" de Visiware connaît ainsi un nouvel essor. Il est alimenté d'un côté par les opérateurs IPTV et de l'autre par les opérateurs du câble et du satellite qui ont lancé ou lancent des box hybrides associant réception TV broadcast et connectivité Internet permettant d'offrir des jeux multi-joueurs de plus en plus puissants d'un point de vue graphique. Les box opérateurs sont en effet de plus en plus dotées de "systems on chip" (processeurs spécialisés) puissants dotés d'un moteur graphique convenable. Leurs architectures permettent aussi d'avoir une bonne profondeur d'expérience utilisateur dans le jeu, ce que l'on appelle le game-play. C'est notamment lié à l'usage de plus en plus généralisé de HTML5. Chez Visiware, le tout s'appuie sur une plateforme de gestion d'offre de catalogue de jeux vendue en marque blanche ou en marque propre comme chez Bouygues Télécom.

Entre-temps, Visiware a du faire un "pivot", comme de nombreuses startups. Pas un pivot après une année d'existence parce que le premier produit ne rencontre pas ses clients, mais un pivot après près de 10 ans de parcours, alors que le marché évoluait avec notamment la montée en puissance des écrans compagnons smartphones et tablettes.

Le nouveau marché ? Le second écran ! Le casual gaming pour la TV interactive n'a pas été abandonné. Il est complété par une activité dite de "play along" pour les autres écrans, où l'utilisateur interagit sur le second écran en liaison avec le programme TV affiché sur la TV, et une autre de développement d'applications second écran génériques.

Cette évolution tient aussi compte des migrations de valeur dans le financement de la TV : si le financement publicitaire de la TV n'est pas trop attaqué par celui de l'Internet, ce dernier est en forte croissance (au détriment essentiellement de la presse écrite), et notamment sur mobiles. S'il est généralement difficile de pousser de la publicité sur mobiles, les applications "second écran" le permettent, en relation avec le programme et les spots publicité TV.

Visiware planche ainsi sur les interactions entre la publicité sur le premier et sur les seconds écrans. Certaines applications second-écran contiennent des briques qui poussent leurs utilisateurs à regarder et à interagir avec la publicité TV. C'était ainsi le cas d'une publicité du constructeur automobile Chevrolet pendant le Superbowl,

avec l’affichage du résultat d’une loterie basée sur la saisie de son numéro de plaque minéralogique. Une autre publicité aux USA, pour une bière, simule le gel rapide de l’iPad.

Visiware cumule en fait plusieurs métiers :

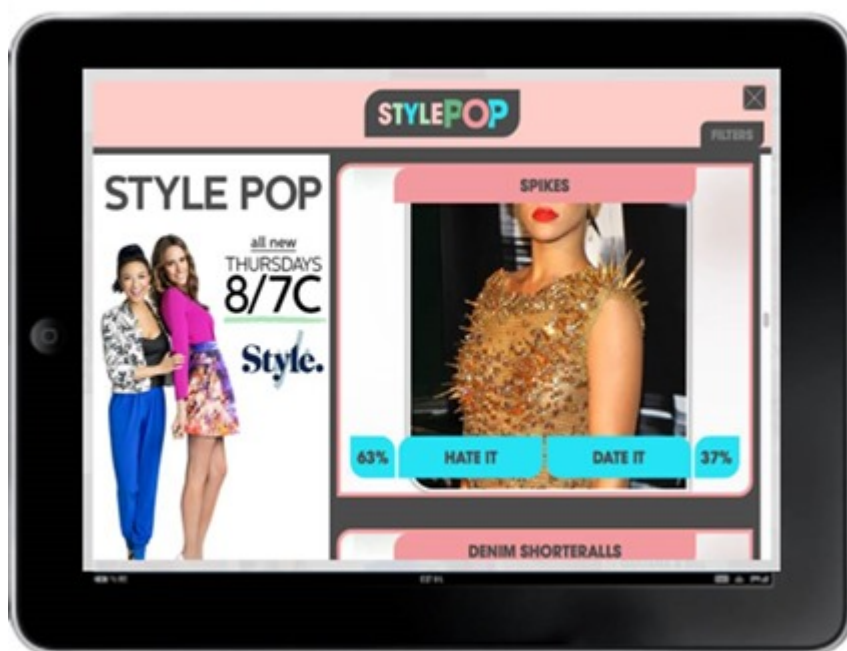
Editeur

Il est éditeur de chaînes de jeux interactifs : Playin’TV et MiniKids TV. Selon leur communication, ces trois offres qui rassemblent en tout 200 jeux sont disponibles pour 120 millions de foyers dans 77 pays au travers de plus de 30 bouquets de services câble, satellite et haut-débit. C’est l’activité historique de la société. Le bouquet de jeux Playin’TV est notamment distribué en France par Bouygues Télécom et par Numéricâble mais aussi par Disj aux USA, Sky New Zealand et UPC. Les 20 à 35 jeux proposés en permanence comprennent des jeux de société (cartes, stratégie, réflexion), d’aventure et de sports, du ludo-éducatif et aussi des jeux de casino.



Développeur

Il développe des applications second écran et fournit la plateforme **PlayAlong** qui sert à développer des applications seconds-écrans synchronisées avec le premier.



Les clients sont principalement les chaînes et producteurs de contenus pour la TV. Les applications play-along intègrent des composantes diverses : enrichissement de la timeline, gamification, QCM, interactions sociales et aussi publicité. La compétence acquise dans le casual gaming est très utile dans cette nouvelle catégorie d’applications. La plateforme est conçue pour être “scalable”. 20 millions d’applications ont été déployées et elles ont pu avoir jusqu’à 500 000 utilisateurs, notamment grâce à une technologie propriétaire reliant les navigateurs et les serveurs. Le service supporte jusqu’à un million d’utilisateurs en simultané. Il est déployé sur AWS (Amazon Web Services). Ayant développé plus de 1000 applications diffusées dans 17 pays, Visiware

revendique le statut de leader mondial sur les applications second écran en marque blanche.



Visiware mène actuellement en tout quatre gros projets aux USA, dont un pour la prestigieuse **NFL** (National Football League US). L'application second écran NFL pousse 300 à 400 interactions différentes pendant un match. Une timeline complète le direct avec 90% de contenus préparés à l'avance. L'application intègre des vidéos spécifiques, des factoids, des feeds, des chatrooms avec une équipe participante, des communautés de fans, et elle peut être paramétrée par l'utilisateur pour ce qui apparaît dans la page d'accueil.



Cette activité est la plus récente avec environ trois années de recul. Elle avait démarré avec le développement de l'application pour l'émission Money Drop d'Endemol à l'international et notamment avec la Fox aux USA. Visiware a développé une autre plateforme, PlayinStar, qui est dédiée aux jeux sociaux sur le web. C'est un

service de jeux multi-joueurs commercialisé en marque blanche.

Visiware est aussi à l'origine des déclinaisons second écran de « **Qui veut gagner des millions** » pour Sony Pictures Television sur ITV en Angleterre ou sur FujiTV au Japon. Le marché américain est plus avancé et donc porteur car, économies d'échelle aidant, les financements publicitaires et de sponsors sont plus faciles à trouver pour les applications seconds écrans qu'en Europe où le marché est encore moins développé.



LeStudio

Enfin, la société réalise des développements d'interfaces utilisateur multi-écran et d'applications sur mesure comme prestataire de service avec LeStudio. Les applications et clients sont divers : opérateurs de TV payante comme Bouygues Télécom ou Digiturk, chaînes de TV comme Canal+ ou le groupe NBC, des constructeurs de Smart TV comme Samsung et des éditeurs de contenus comme le groupe Disney. Le "time to market" des applications peut descendre à un mois.

Modèles économiques

Les modèles économiques de Visiware sont de trois ordres :

- Les **abonnements** payants aux chaînes de jeu comme Playin'TV, aux alentours de 5€ par mois et par utilisateur, un tarif classique dans l'univers des jeux. Ce revenu est partagé avec les opérateurs télécoms.
- La vente de **licence** pour Playalong.
- La vente de **prestation** pour l'activité de développement d'applications par LeStudio.

Avec certains clients, les modèles de monétisation deviennent hybrides en associant deux ou trois des composantes précédentes selon la nature du projet. Sans compter les fonctionnalités de paiement au sein des applications ou de la publicité !

La concurrence

Dans le secteur du casual gaming, Visiware a longtemps fait face à de nombreux concurrents disparates. Mais

le marché du casual gaming dans la TV interactive étant plutôt limité, peu ont atteint le point d'équilibre et rares ceux qui ont survécu. Le marché s'est pas mal consolidé. Et notamment avec l'un des survivants, la société canadienne **TransGaming** qui était au départ positionnée comme fournisseur de plateforme technologique de casual gaming multi-écrans. Il propose ses briques logicielles GameTree qui sont des outils de portage open source de jeux Windows sur le Macintosh et Linux. Leur moteur graphique 3D SwiftShader compatible Direct3D a même Google comme client depuis avril 2013. La société propose sinon le portail de jeu GameTree TV qui agrège des jeux tierces-parties et ses propres jeux. TransGaming avait en effet acquis la division TV d'Oberon Media en 2012 pour \$7m. Cet agrégateur de jeux pour Smart TV et set-top-box de TV payante avait Orange comme client. Oberon avait lui-même acquis la société israélienne PixelPlay qui développait des jeux notamment pour Electronic Arts. Par ces acquisitions en cascade, TransGaming s'est retrouvé avec un portefeuille qui part des couches basses de la 3D jusqu'à l'édition d'un portail de jeux.



Quid du **cloud gaming** ? Tout dépend de la définition qu'on lui donne. S'il s'agit d'exécuter des jeux sous forme d'application HTML servies en ligne, cela correspond bien à l'offre de Visiware. Par contre, ce n'est pas le cas s'il s'agit de faire exécuter tout le jeu dans des datacenters pour envoyer la couche de présentation sous forme de vidéo compressée aux écrans distants. La raison est simple : les jeux de "casual gaming" qui constituent le cœur du marché d'aujourd'hui sont moins exigeants en ressources graphiques par rapport aux jeux multi-joueurs et leurs univers 3D complexes. HTML5 et un navigateur sont amplement suffisants pour les exécuter. Il n'est pas nécessaire d'investir dans de lourdes infrastructures de serveurs ou de dégrader l'expérience utilisateur en raison des latences que l'on rencontre dans le cloud gaming.

Trois opérateurs français proposent du cloud gaming : **Orange** (avec G-Cluster), **Bouygues Télécom** (avec l'israélien PlayCast Media Systems) et **SFR** (aussi avec G-Cluster, dont ils sont actionnaires avec Intel). **Free** a quant à lui déployé en 2011 la solution GameTree TV de TransGaming qui est voisine de celle de Visiware. Mais Visiware est aussi à l'origine des portails de jeux traditionnels de la BBox de Bouygues Télécom et de Numéricâble.

Pour le marché du second écran, on trouve de nouveaux venus en phase d'amorçage. Dans ceux que j'ai pu croiser, il y a notamment **eJeed**, un studio de développement de jeux interactifs pour les seconds-écrans qui s'est notamment fait remarquer en développant l'application smartphone des Anges de la Télé réalité de NRJ12. Et puis aussi **Gamific** qui propose une plateforme de développement de jeux interactifs synchrones entre TV et seconds écrans. Dans des deux cas, les jeux proposés sont plutôt voisins des QCM ou des jeux de société. D'autres proposent des plateformes d'interaction plus génériques comme le hollandais **Ex-Machina** ou sont spécialisés sur le sport comme l'américain **Kwarter**.

Enfin, dans les prestataires de développement d'applications multi-écrans, on retrouve les habituels **WizTivi** et **DotScreen** que nous avons déjà couverts dans cette série d'articles.

Et après

L'effort est mis par Visiware sur le développement de son offre logicielle PlayAlong et sa distribution internationale. Dans ce nouveau marché en pleine croissance et où les usages évoluent avec les offres, il est clé

pour eux d'inventer les services immersifs qui vont capter l'attention et la fidélité des téléspectateurs.

C'est pour ce faire que la société a levé 5 m€ en 2012 auprès de **Omnes Capital** (Crédit Agricole) et d'**Entrepreneur Venture**. Une levée de fonds de ce niveau 18 ans après la création de la société, ce n'est plus de l'amorçage mais véritablement du développement. Cela rappelle surtout que les sociétés de capital-risque apprécient bien mieux les stratégies produit que les stratégies services qui ne sont pas scalables.

Avis aux amateurs...

Cet article a été publié le 16 juin 2013 et édité en PDF le 15 mars 2024.

(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>