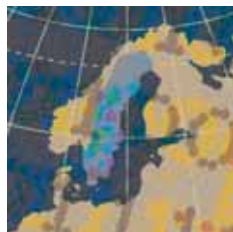


La guerre des formats

Peter Feuilherade, analyste média, BBC Monitoring

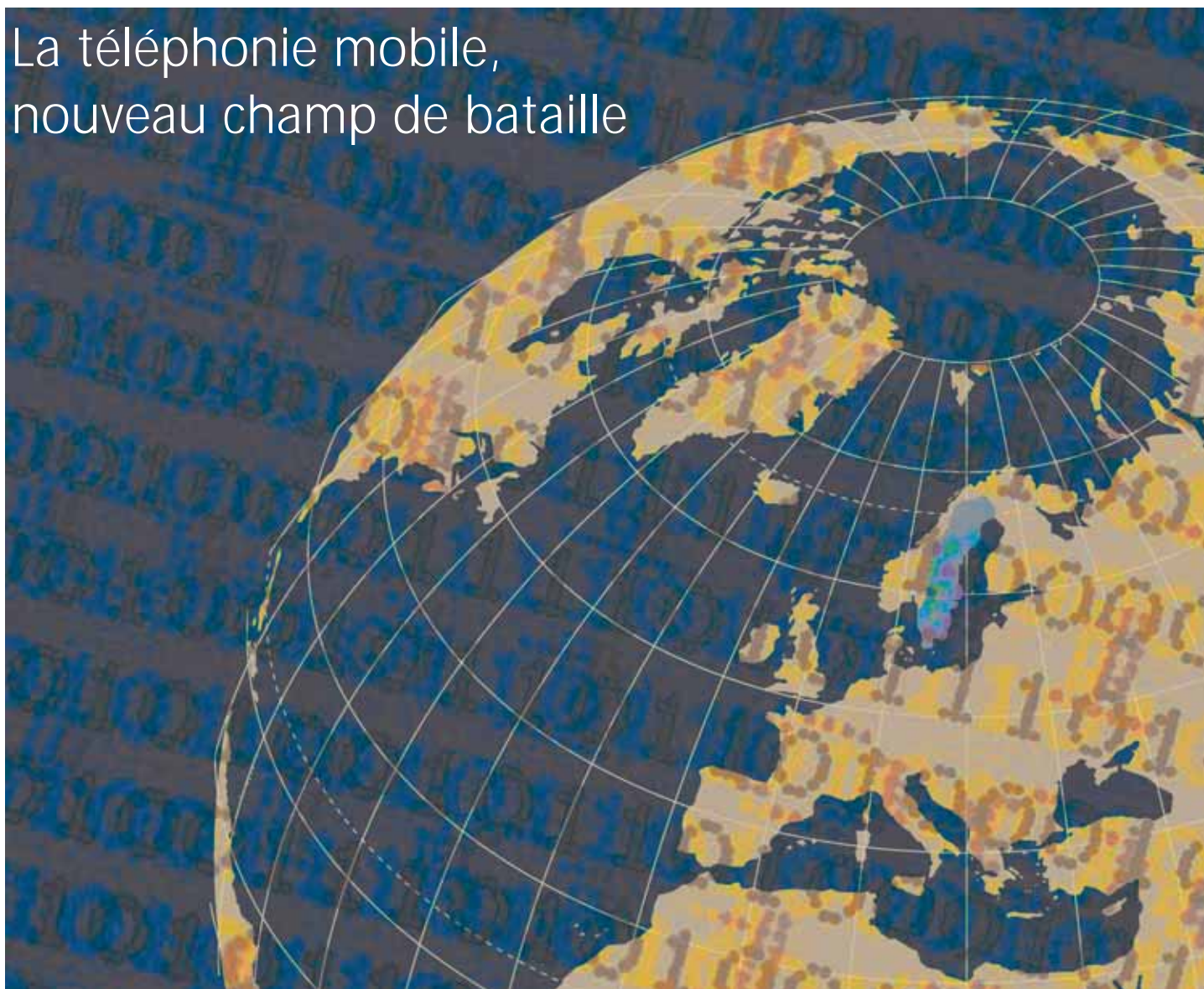


Guerre de

Peter Feuilherade

Analyste média, BBC Monitoring

La téléphonie mobile,
nouveau champ de bataille



es formats



À l'International Broadcasting Convention (IBC) d'Amsterdam, on s'est arraché les nouveautés des géants sud-coréens tels que Samsung et LG, qui proposent une nouvelle génération de téléphones portables permettant aux utilisateurs de regarder la télé multicanaux mobile.

En ligne de mire de leur effort de promotion sur le marché européen de la télé mobile, la Coupe du monde de football 2006, en Allemagne, qu'ils veulent utiliser comme une véritable rampe de lancement.

Cependant, les Coréens se heurtent à une féroce concurrence des Européens comme Nokia et IBC a accueilli plus de trente sociétés présentant des services de diffusion sur appareils portables.

Les fabricants ont donc bon espoir, mais les services télé en direct diffusés sur des téléphones portables n'en sont qu'à leurs balbutiements dans la plupart des régions du globe.

Test

Lors des Championnats du monde d'athlétisme à Helsinki, le plus grand fabricant de récepteurs du monde, Nokia, s'est associé à des groupes de télécommunications et à des radio-

diffuseurs finlandais pour tester des émissions mobiles en temps réel sur un téléphone intelligent équipé d'un récepteur télé expérimental.

Le groupe d'experts de ces essais, (300 personnes), a présenté des résultats mitigés, constatant le manque d'élégance des téléphones, le mauvais rendu de couleurs, mais aussi le manque de précision des images.

Le premier exploitant sud-coréen de réseaux téléphoniques, SK Telecom, et sa filiale TU Media ont lancé un service de télé à péage par satellite vers les téléphones portables en mai 2005. Mais TU Media reconnaît que les consommateurs sont lents à l'adopter, attribuant cette lenteur au prix élevé des appareils combinés téléphone/télé par satellite, qui peuvent atteindre 300 €.

Bref et petit

Les essais montrent que les programmes de télé classiques ne s'adaptent pas bien à la télé mobile, qui a besoin de séquences courtes et indépendantes.

Les analystes pensent que le message clé, pour les programmes vidéo destinés aux téléphones portables, est de « penser bref » et de limiter le contenu à 90 secondes. De plus,



l'application télé ne doit pas gêner les fonctions de téléphonie mobile.

Il est également indispensable d'assurer l'interactivité, c'est-à-dire la possibilité d'utiliser le téléphone pour d'autres fonctions comme voter ou se connecter à des sites Web.

D'autres problèmes sont aussi à résoudre : améliorer le rendement des batteries, assurer une réception fiable de la télé mobile et utiliser une technologie qui ne fait pas augmenter la taille des téléphones actuels.

Confusion

Des normes technologiques concurrentes risquent d'aggraver la confusion des consommateurs. « Si l'on a beaucoup de variantes régionales, cela se traduira probablement par des « déséconomies » d'échelle », met en garde Dermot Nolan, auteur d'un

rapport du Screen Digest sur les perspectives de la télé sur téléphones portables.

Actuellement, le marché européen est dominé par la technologie de diffusion vidéo numérique sur les appareils de poche (DVB-H) mise au point par Nokia.

Des services de télé mobile assurés à l'aide de la technologie DVB-H font l'objet d'essais pilotes en Espagne, en Allemagne, au Royaume-Uni, en France, Suisse, Malaisie, à Singapour, en Australie, Afrique du Sud et aux États-Unis.

Pour l'instant, cette technologie favorite est en passe de s'imposer comme la norme mondiale la plus courante de télé sur des téléphones portables.

La norme Digital Multimedia Broadcasting (DMB) est une rivale de la DVB-H. D'origine coréenne, la DMB est fondée sur la norme de radio-diffusion audionumérique (DAB), mais elle peut également acheminer de la vidéo, des images et des données en plus du son.

« La bataille fait rage entre la Corée et l'Europe », reconnaît Jorma Laiho, directeur des technologies du finlandais YLE.

Des chances

Les analystes des médias estiment que lorsque les services de télé mobile deviendront courants, les principaux programmes demandés seront le football, les sitcoms et le contenu pour adultes.

« Les possibilités de reconditionner leur contenu offertes aux radiodiffuseurs qui possèdent de vastes archives, comme la BBC, et aux exploitants de réseaux de télé à péage sont immenses », explique Peter Simpson, chef de la technologie chez le fabricant britannique Pace Micro Technology.

Mais un rapport publié par les analystes suédois de Berg Insight estime qu'en Europe occidentale la télé mobile ne constituera pas une part importante des recettes exponentielles du contenu mobile avant 2012, lorsque les transmissions devraient avoir atteint la qualité diffusion.

Selon les recherches effectuées en Allemagne, 78% des consommateurs trouvent que la télé mobile est une idée bonne ou excellente et 82% d'entre eux sont prêts à payer 12,50 € par mois pour se la procurer.

Selon un autre essai pilote de télé mobile commerciale réalisé à Helsinki, 41% des participants seraient disposés à acheter des services de télé mobile et la moitié estiment qu'un abonnement mensuel de 10 € est raisonnable.

Aux États-Unis, en revanche, deux rapports distincts de In-Stat US et Parks Associates concluent que seul un consommateur sur huit est prêt à payer pour du contenu télé ou vidéo en direct sur des plates-formes mobiles.

Mais le vice-président multimédia de Nokia, Richard Sharp, est confiant : *« La télé mobile sera une nouvelle plate-forme de distribution qui permettra aux médias d'étendre leur public, d'élargir leurs heures de grande écoute et de réutiliser le contenu populaire », a-t-il déclaré à l'IBC.*

Pour les fabricants de téléphones portables, les amateurs de sports seront les premiers à adopter la télé mobile. Et si la Coupe du monde de 2006 ne comble pas leurs attentes, une autre occasion commerciale encore plus importante s'offrira à eux deux ans après, avec les Jeux olympiques de Beijing.

D'ici là, les radiodiffuseurs et les exploitants de réseaux mobiles auront peut-être trouvé un moyen de partager les recettes.

Version actualisée de l'article paru sur le site BBC News le 12 septembre 2005

