



La baisse des prix se profile alors que le secteur des télécoms se dispute les abonnés IPTV

Londres, 11 juin 2008. L'IPTV (ou télévision par ADSL) est un service proposé de plus en plus souvent gratuitement par les opérateurs de télécommunication en Europe afin d'attirer les consommateurs choisissant leur fournisseur d'accès internet (FAI). Selon la dernière étude des analystes media de Screen Digest, l'IPTV est rapidement devenu un service, sans coût supplémentaire, intégré au package des offres d'accès internet haut débit ou de téléphonie. Il en résulte qu'aujourd'hui près de 40% des foyers équipés de l'IPTV en Europe en bénéficient gratuitement.

L'IPTV gratuit pour les abonnés haut débit est souvent cité comme le remède au taux de désabonnement élevé constaté dans le secteur des fournisseurs d'accès à haut débit. Screen Digest pense qu'il ne s'agit que de la partie visible de l'iceberg. Bien souvent, l'ampleur des investissements nécessaires afin de fournir l'IPTV dépassent largement les bénéfices qui résultent même d'une baisse substantielle du taux de désabonnement, et ce d'autant plus que l'IPTV génère actuellement très peu de revenus. Ainsi, l'analyste de Screen Digest, Richard Broughton, précise : *“L'intention première de la plupart des principaux services IPTV est d'acquérir de nouveaux abonnés, non de générer des profits ou même de diminuer le taux de désabonnement.”*

Ceci est confirmé par le nombre d'opérateurs IPTV externalisant le contenu de ces packages auprès d'un tiers parti plutôt que d'offrir ce contenu eux-mêmes afin d'attirer les téléspectateurs. Presque tous les principaux opérateurs satellite en Europe de l'Ouest ont mis en place des accords – Le plus récent étant l'accord de Viasat avec Telia en Suède afin d'offrir les chaînes de Viasat aux abonnés IPTV de Telia. Avec des acteurs renonçant au contenu de leurs propres packages en faveur de tiers partis, il semble donc que les opérateurs télécoms ne cherchent pas particulièrement à tirer profit directement de l'IPTV et que l'internet haut débit reste bien leur priorité.

Pour les opérateurs de télécommunication français, cette stratégie IPTV est un mal nécessaire. Sur le très concurrentiel marché de l'internet haut débit où tous les principaux fournisseurs d'accès proposent l'IPTV, il est maintenant devenu impossible de rester compétitif sans offrir un tel service. Ainsi, le jour où l'un des acteurs du marché décida d'offrir la télévision gratuite avec l'accès haut débit, cela est devenu un impératif pour tous les autres acteurs du marché. Résultat : à la fin du premier semestre 2008, on comptait déjà 5,3 millions de foyers équipés de l'IPTV en France, soit plus que dans tout le reste de l'Europe. Et, maintenant que tout le monde offre l'IPTV gratuitement, les opérateurs se retrouvent dans la même situation qu'il y a cinq ans, et une fois de plus, le défi consiste à se différencier des autres.

Broughton remarque : " Dans leurs efforts pour restaurer la rentabilité du marché de l'internet haut débit, il se pourrait bien que les opérateurs de télécommunication français aient accéléré la tendance à moyen terme et cherchent maintenant une autre stratégie afin de remédier efficacement à cette spirale de la baisse du revenu moyen par utilisateur."

France Télécom (Orange TV) va tenter de monétiser les droits de diffusion des matches de Ligue 1, récemment acquis, de manière à ne plus dépendre exclusivement de Canal Plus pour son offre de TV payante. Free prend un chemin différent et, plutôt que de viser des profits à court terme avec l'IPTV, compte sur les 'free box' (qui équipent désormais tous les abonnés Free) pour assurer la stabilité à long-terme de sa base d'abonnés.

Quelle Europe dans 5 ans ?

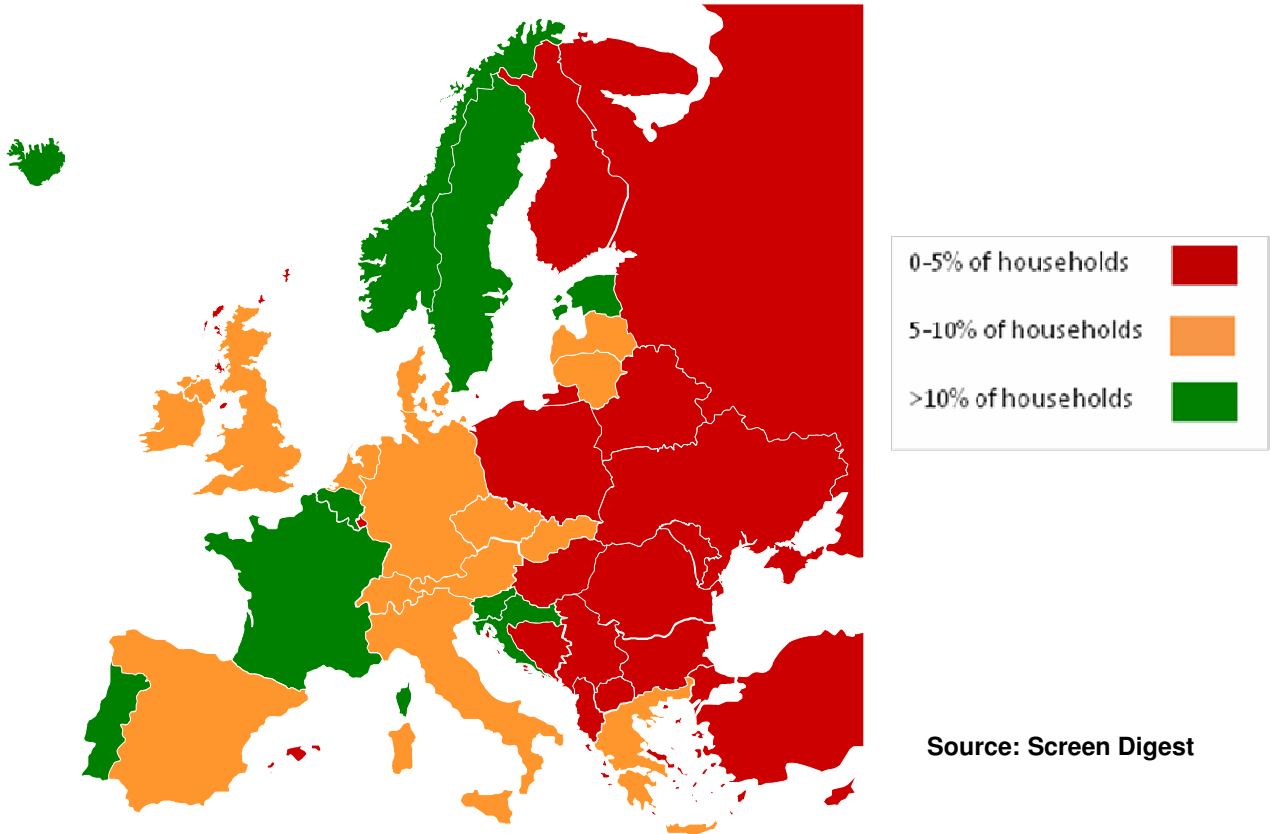
Les projections de Screen Digest à 2012 révèlent de grandes disparités en Europe, avec certains marchés bénéficiant plus que d'autres des innovations technologiques. Alors que le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, l'Italie et l'Espagne fourniront la plupart des abonnés IPTV, d'autres marchés importants devaient émerger (cf carte).

Les pays baltes bénéficieront d'une croissance importante de l'IPTV dans les cinq prochaines années. En Estonie, DigiTV représente déjà une part importante du marché de la télévision payante et devrait atteindre 20% des foyers estoniens d'ici 2012. Quant à la Scandinavie, plus de 10% des foyers devraient regarder l'IPTV en Suède, Norvège et Islande, suivies de près par le Danemark.

Au sud de l'Europe, les opérateurs télécom en Slovénie et Croatie, tels que Slovenije Telekom et Croatia's T-Com, ont connu une croissance significative ces dernières

années. Les autres marchés qui méritent aussi d'être étudiés, selon Screen Digest, sont la République Tchèque et la Slovaquie.

Le Marché européen de l'IPTV en 2012



Broughton conclut *"Dans tous ces marchés, la grande disponibilité des offres 'triple-play' (télévision numérique, internet, téléphone) et des offres de TV numérique à relativement bas coût permettront aux consommateurs de commencer à profiter d'offres plus avantageuses. A la fois en terme de prix et de fonctionnalité, les foyers en Europe devraient voir leurs options d'accès à la télévision numérique payante se diversifier considérablement sur les prochaines années."*

Fin

Pour plus d'informations, merci de contacter:

Géraldine Gitel, PR Consultant (Française)

Tel: + 44 (0) 791 7885380 ggitel@greenfieldscommunications.com

Contact presse : Lucy Green

Tel: +44 (0) 7817 698366 lgreen@greenfieldscommunications.com

Screen Digest : Fay Hamilton, PR and Promotions Manager

Tel: +44 (0) 20 7424 2847 fay.hamilton@screendigest.com

Au sujet de cette étude

L'étude mentionnée de ce communiqué de presse est fondée sur les données de Screen Digest's online service, TV Intelligence. Ce service est utilisé par de nombreux et majeurs câblo-opérateurs, pay-TV opérateurs, banques d'investissement et fournisseurs de contenu dans le monde. L'analyse a été réalisée par Guy Bisson, Chef du Département Télévision et Richard Broughton, Analyste spécialiste de l'IPTV et des contenus et services à la demande.

A propos de Screen Digest

Screen Digest est la principale société d'analyse des marchés médias internationaux. Basée à Londres, avec des bureaux à New York et Carmel (Californie), elle est composée d'une équipe de 40 analystes spécialisés sur les médias audiovisuels : cinéma, télévision, distribution vidéo/DVD, internet, jeux vidéo et services mobiles. Ses services en ligne et rapports offrent, à des centaines d'entreprises à travers le monde, l'information et les analyses sur lesquelles se basent leurs décisions stratégiques.

Screen Digest a dernièrement lancé Global Media Intelligence (GMI), un nouveau service développant des données de recherche et des analyses spécialement pour les investisseurs institutionnels traitant avec des entreprises de medias. www.screendigest.com

Pour plus d'informations, merci de contacter notre équipe commerciale:
sales@screendigest.com Tel: +44 (0) 20 7424 2820.