

## Étude de cas

# Déploiement IPTV compétitif

## Comment British Telecom mise sur le magnétoscope numérique pour conquérir le marché de la télédiffusion

### Pour en savoir plus :

#### BT Vision de British Telecom

Rendez-vous sur le site Web de la société à l'adresse : [www.btvision.bt.com/](http://www.btvision.bt.com/).

#### Disques durs Seagate DB35 Series

Pour plus d'informations sur les disques durs Seagate® DB35 Series, conçus pour les magnétoscopes numériques et présentant des performances pouvant atteindre 750 Go, rendez-vous sur [www.seagate.com](http://www.seagate.com) ou envoyez un e-mail à [dvrinfo@seagate.com](mailto:dvrinfo@seagate.com).

### De la téléphonie à la télédiffusion

Le secteur de la téléphonie n'est plus ce qu'il était. En effet, la téléphonie fixe traditionnelle continue à pâtir de la forte concurrence des services sans fil et VoIP. Pour les recettes de téléphonie vocale publique aux États-Unis, In-Stat prévoit un taux de croissance annuel composé de -8,5 % sur la période 2004-2009.<sup>1</sup> Quant au marché mondial des services de téléphonie fixe, il connaît actuellement un sort similaire.

Il n'est donc guère étonnant que partout dans le monde, des sociétés de téléphonie annoncent leur intention, ou étudient l'opportunité, d'entrer sur le marché de la télédiffusion avec une stratégie IPTV (Internet Protocol Television). Pour nombre d'entre elles, effectuer la transition entre fournisseur de services téléphoniques basiques et fournisseur de services voix-données-images est une simple question de survie sur le long terme. Quoi qu'il en soit, être au coude à coude avec des fournisseurs de services de diffusion en clair, satellite ou câblés n'est pas une sinécure. Les efforts à fournir pour constituer le réseau, acquérir le contenu et développer les services nécessaires à la création d'un produit compétitif et convaincant sont colossaux. En revanche, ils peuvent se révéler très lucratifs.

British Telecom (BT) semble bien être en mesure de relever le défi. Dotée d'une clientèle solide et d'une marque qui a amorcé l'acquisition de contenu, BT développe actuellement une stratégie visant à attirer des clients par des niveaux de prix avantageux, des contenus compétitifs et des services différenciés.

### En quoi les besoins clés des clients ont-ils un impact sur la stratégie ?

Afin d'offrir à ses clients une solide alternative au status quo, le groupe BT Vision de British Telecom cherche à identifier leurs attentes avec précision et tente de leur apporter de meilleures solutions que les fournisseurs actuels. Les résultats des enquêtes menées par BT pour cerner les attentes des clients sont résumés par les besoins clés ci-après :

- Confort
- Choix
- Contrôle
- Une alternative aux plates-formes établies
- Pas d'abonnement contraignant<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Wireline Remains in Decline : US Wireline Service in 2005, *In-Stat*, 2005

<sup>2</sup> « Developing a hybrid STB, what will BT's product look like? », James Soames – BT Vision, 8 mai 2006, 2nd Annual IPTV and Telecom Triple Play Forum

# Déploiement IPTV compétitif

## Comment British Telecom mise sur le magnétoscope numérique pour conquérir le marché de la télédiffusion



L'intégration d'un magnétoscope numérique au décodeur BT permet de répondre, au moins partiellement, à trois de ces cinq besoins. La satisfaction client est à tel point au cœur des préoccupations de BT que la société fournit un magnétoscope numérique équipé d'un disque dur de 160 Go pour chaque décodeur BT Vision installé. Fait encore plus remarquable, les clients de BT Vision ne paient aucune mensualité pour bénéficier de ce service !

Comment BT justifie-t-elle ce que d'aucuns pourraient qualifier de stratégie d'acquisition de clients coûteuse et imprudente ? BT fait le pari que sa stratégie sera payante. En établissant une base clientèle solide, heureuse et comblée pour ses services voix-données-images, axée sur une satisfaction client maximale et une réduction du taux de désabonnement, BT table sur un confortable retour sur investissement. Le magnétoscope numérique est un exemple parfait de sa stratégie.

### Le magnétoscope numérique : une véritable histoire d'amour

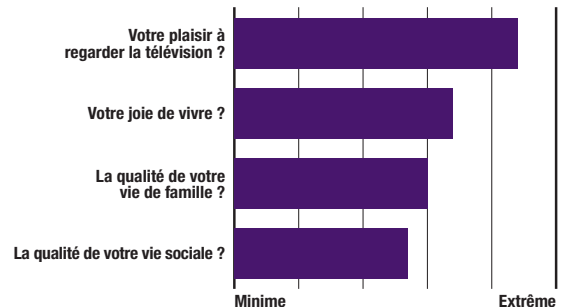
D'une enquête menée en 2004 par le cabinet Forrester Research auprès de 588 utilisateurs de magnétoscopes numériques, est ressorti que ce produit est l'un des appareils électroniques grand public les plus appréciés et même les plus *aimés* de tous les temps. Selon le cabinet, un utilisateur sur cinq a employé le verbe *adorer* pour décrire sa relation à son magnétoscope. Forrester Research a commenté ainsi ce résultat surprenant :

« En sept ans d'enquêtes consommateurs, c'est la première fois que nous recueillons des témoignages aussi passionnés à propos d'un appareil ».<sup>3</sup>

L'affection que les utilisateurs portent à leur magnétoscope numérique ressort également d'autres statistiques clés des enquêtes de Forrester Research. Avec un taux de satisfaction moyen de 4,4 sur une échelle de 5, les utilisateurs de magnétoscopes numériques se déclarent bien plus satisfaits que les autres de leur expérience télévisuelle. Et ce n'est pas tout ! Ces mêmes utilisateurs donnent une note de 3,4 sur 5 à l'amélioration de leur *qualité de vie* depuis qu'ils sont en possession d'un magnétoscope numérique !

BT Vision cherche précisément à atteindre ces taux de satisfaction incroyables. Le magnétoscope numérique constitue un outil précieux pour répondre à trois des besoins clés identifiés par BT : le confort, le choix et le contrôle.

### Quelle différence fait le magnétoscope numérique ?



Le magnétoscope numérique offre un confort de visionnage de la télévision sans précédent. Les utilisateurs déclarent presque unanimement combien ils apprécient la simplicité avec laquelle ils peuvent programmer leur magnétoscope pour enregistrer leurs émissions favorites. Dans l'enquête Forrester, 91 % des utilisateurs de magnétoscopes numériques déclarent qu'ils s'en servent principalement parce qu'il leur permet « d'enregistrer plus facilement ». Grâce à ce confort d'enregistrement, les utilisateurs de magnétoscopes numériques sont libres de regarder les programmes qui les intéressent à l'heure qui leur convient, indépendamment de la grille des programmes.

Qu'en est-il du choix ? Dès lors qu'on a donné la possibilité au téléspectateur lambda d'enregistrer facilement ses programmes préférés, le choix qui s'offre à lui se diversifie considérablement. Dans les décodeurs-magnétoscopes numériques d'aujourd'hui, les algorithmes avancés qui mémorisent les préférences des téléspectateurs et qui enregistrent des programmes similaires pimentent leur écoute et leur ouvre de nouvelles possibilités. Le choix plus vaste dont bénéficient les utilisateurs de magnétoscopes numériques est là encore souligné par l'enquête Forrester, qui montre que le visionnage des programmes au moment de leur diffusion chute de 60 %.

Pour les téléspectateurs, le plus grand contrôle des contenus que permet le magnétoscope numérique représente aussi son meilleur atout. Une simple programmation permet d'ajouter du contenu à la demande, ce qui confère un choix encore plus large. Sans parler de certaines des fonctions les plus populaires du magnétoscope numérique, communément appelées *trick play* dans le jargon de la profession. Le magnétoscope numérique offre aux utilisateurs les mêmes fonctions de base que celles des premiers magnétoscopes avec des boutons pause, avance rapide et rembobinage. Véritable clef de voûte du magnétoscope numérique, le disque dur donne une dimension entièrement nouvelle aux fonctions *trick-play*. Mettre en pause un programme en cours de diffusion et sauter les écrans publicitaires sont deux fonctions *trick-play* avancées qui séduisent les clients et leur fournissent des niveaux inédits de contrôle.

<sup>3</sup> The Mind of the DVR User : Acquisition And Features - Forrester Research Inc, 2004

# Déploiement IPTV compétitif

## Comment British Telecom mise sur le magnétoscope numérique pour conquérir le marché de la télédiffusion



La mise en pause consiste à figer à l'écran le programme en cours de diffusion tandis que le disque dur enregistre la suite. Dès que l'utilisateur souhaite poursuivre le visionnage, il lui suffit d'appuyer sur le bouton de lecture de sa télécommande pour que le programme reprenne à l'endroit où il l'avait laissé. Grâce au magnétoscope numérique, les téléspectateurs sont sûrs de ne rien rater de leurs programmes préférés même s'ils sont interrompus par un appel téléphonique, une visite inattendue ou tout autre événement similaire. Rien d'étonnant donc à ce que pour les utilisateurs, cette fonction l'emporte haut la main en termes de contrôle.

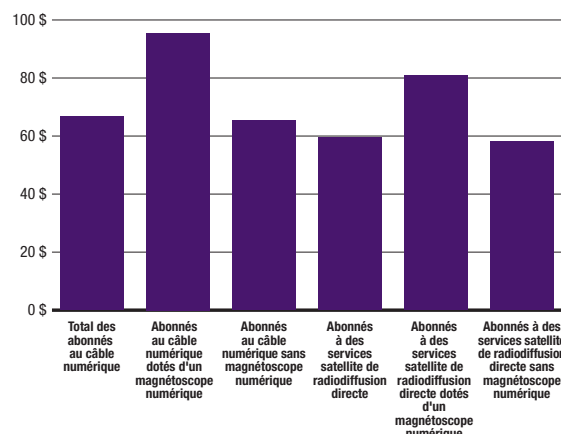
Même si elle est contestée par les annonceurs (et que les fournisseurs avancent en terrain miné en la matière), la fonction qui permet de sauter la publicité dans les contenus préenregistrés est aussi très populaire auprès des utilisateurs de magnétoscopes numériques. D'après l'enquête Forrester, 46 % des utilisateurs de magnétoscopes numériques s'en servent principalement pour sauter les écrans publicitaires, ce qui vient confirmer là encore le désir des téléspectateurs d'exercer un contrôle sur les programmes qu'ils regardent.

### Au-delà de la satisfaction client, les résultats

Si le magnétoscope numérique permet d'apporter des réponses aux besoins de confort, de choix et de contrôle des clients de BT, faire de chaque client un utilisateur de magnétoscope numérique présente d'autres avantages. C'est ainsi que BT utilise cet appareil pour accroître ses résultats.

On l'a vu, les utilisateurs de magnétoscope numérique sont des clients plus satisfaits que les autres. Qui plus est, ils représentent souvent des clients plus intéressants sur le plan financier. Une enquête portant sur 3 400 foyers américains utilisateurs d'Internet a montré que les foyers qui possédaient un magnétoscope numérique dépensaient en moyenne 11 à 15 \$ de plus que ceux qui n'en étaient pas équipés.<sup>4</sup>

Combien les abonnés paient-ils par mois ?  
(foyers américains utilisateurs d'Internet)



<sup>4</sup> Managing the Digital Home, enquête menée auprès de 3 400 foyers américains utilisateurs d'Internet, 2006 Parks Associates

Pour la plupart, ces clients ont d'ailleurs la particularité d'être très *fidèles* puisqu'ils conservent presque toujours les services auxquels ils sont abonnés et qu'ils renoncent rarement à utiliser leur magnétoscope numérique. Ici aussi, l'enquête de Forrester Research est révélatrice de cette loyauté envers le magnétoscope numérique, seuls 2 % des personnes interrogées déclarant ne plus utiliser le leur.

Des clients extrêmement satisfaits qui génèrent de plus gros bénéfices et qui résilient moins facilement leur abonnement : la stratégie de BT commence à s'avérer judicieuse. Cela dit, lorsque l'on réalise un investissement aussi important que celui d'offrir un magnétoscope numérique à chacun de ses clients, il faut tâcher de tirer le meilleur parti possible de chaque appareil.

BT compte s'appuyer sur les magnétoscopes numériques pour proposer plusieurs services à fort potentiel commercial. Parmi ces services figurera par exemple le téléchargement de contenus sur le décodeur BT Vision et sur PC. En plus de leur service de vidéo à la demande standard, les utilisateurs bénéficieront ainsi d'un plus grand choix d'acquisition et de visualisation de contenus loués ou achetés. Ce service tire parti de la composante « IP » du système de multidiffusion en rendant ces contenus disponibles via un service Web standard et accessible par le biais d'un décodeur BT Vision utilisant une stratégie de « vase clos ». Un communiqué de presse publié sur le site Web de BT Vision décrit le service en ces termes :

« Le contenu sera ouvert à la vente et à la visualisation sur PC à partir de la boutique BT Vision, un nouveau service de téléchargement de films et de programmes télévisés disponibles à partir du 31 juillet sur le site [www.bt.com/btvision](http://www.bt.com/btvision). L'achat et la location de contenu sur la plateforme télévisée BT Vision seront disponibles dès l'automne, dès après le lancement par BT de ses services télévisés de nouvelle génération ».<sup>5</sup>

Donner aux clients de BT Vision la possibilité d'utiliser des services de téléchargement élargit leur choix et génère des recettes, mais constitue également un énorme débouché sur des clients possédant uniquement un PC et qui s'adressent au service de BT pour des contenus conçus pour une visualisation sur PC uniquement.

### Au-delà des recettes, l'efficacité opérationnelle

BT est conscient des atouts qu'offre le magnétoscope numérique pour l'aider à être plus efficace dans la fourniture de contenus et dans la gestion de la bande passante de ses clients. Par exemple, avec un débit descendant d'environ 2 Mbits/s seulement, nombreux

<sup>5</sup> « New independent video-on-demand deals for BT Vision » : <http://www.btvision.bt.com/newsarticle-150806.aspx>

# Déploiement IPTV compétitif

## Comment British Telecom mise sur le magnétoscope numérique pour conquérir le marché de la télédiffusion



sont les clients de BT Vision qui risquent d'être un peu limités côté bande passante. Cette dernière ne pouvant prendre en charge que deux ou trois canaux de diffusion simultanés, BT compte proposer une visualisation multi-pièce du contenu du magnétoscope numérique à l'aide de décodeurs autonomes. Cela permettra à des utilisateurs occupant d'autres pièces du foyer d'accéder aux contenus du magnétoscope numérique et donc, de pouvoir choisir parmi de nombreuses *chaînes virtuelles*.

Les services de vidéo à la demande (VOD) constituent également un domaine où le magnétoscope numérique peut se révéler efficace. La VOD est certes un service incontournable offrant aux clients le choix et le confort mais sa mise en œuvre pure force les opérateurs à fournir un flux dédié à chaque instance de visualisation. Le recours au magnétoscope numérique pour favoriser la mise en œuvre de la quasi VOD (near-VOD) permet aux opérateurs de multi-diffuser du contenu VOD à un groupe de clients. Le magnétoscope numérique place le contenu dans la mémoire tampon du disque dur et les clients peuvent accéder à ce contenu à leur guise et utiliser toutes les fonctions trick-play standard du magnétoscope. Le contenu téléchargé peut expirer après la période de visualisation convenue ou le client a la possibilité de l'acheter, ce qui génère une nouvelle source de revenus.

### Que réserve l'avenir ?

Alors que l'enquête Forrester montre bien l'étroite relation qui lie les utilisateurs à leur magnétoscope numérique, les opérateurs n'ont pas encore exploité tous les axes de valorisation de l'investissement représenté par les magnétoscopes numériques. Les consommateurs ont longtemps attendu que le fossé séparant les appareils de loisir vidéo et les autres dispositifs multi-média se referme. Les capacités de stockage du magnétoscope numérique pourraient facilement être utilisées à des fins de juke-box, de plate-forme de partage et de classement de photos numériques et de films amateurs ou même pour offrir des fonctions de base traditionnellement réservées au PC, comme la messagerie électronique, les jeux et la navigation sur le Web.

La concurrence se faisant de plus en plus féroce et les choix offerts aux clients étant toujours plus larges, il faut s'attendre à ce que les opérateurs de services de diffusion soient davantage attentifs aux désirs des clients et mettent l'accent sur l'innovation. Gageons que l'histoire d'amour avec le magnétoscope numérique se poursuivra et qu'elle deviendra même plus passionnée que jamais.

AMÉRIQUES Seagate Technology LLC 920 Disc Drive, Scotts Valley, Californie 95066, États-Unis, 831-438-6550  
ASIE/PACIFIQUE Seagate Technology International Ltd. 7000 Ang Mo Kio Avenue 5, Singapour 569877, 65-6485-3888  
EUROPE, MOYEN-ORIENT ET AFRIQUE Seagate Technology SAS 130-136, rue de Sully, 92773 Boulogne-Billancourt Cedex, France, 33 1-4186 10 00

Copyright © 2006 Seagate Technology LLC. Tous droits réservés. Imprimé aux USA. Seagate, Seagate Technology et le logo Wave sont des marques déposées de Seagate Technology LLC. Les autres noms de produits cités sont des marques ou des marques déposées de leurs propriétaires respectifs. Un gigaoctet (ou « Go »), en termes de capacité de disque dur, équivaut à un milliard d'octets. La capacité accessible peut varier en fonction de l'environnement de fonctionnement et du formatage. Seagate se réserve le droit de modifier sans préavis les offres ou les caractéristiques des produits. CS507, septembre 2006