

Android passe à la télévision

Google a confirmé, à l'occasion de sa conférence développer I/O de San Francisco (19 et 20 mai), le développement de **Google TV**, une plate-forme applicative taillée pour les nouvelles générations de téléviseurs. L'entreprise de Mountain View a ainsi confirmé son partenariat, [précédemment évoqué](#), avec **Intel et Sony** auxquels se joignent désormais **Logitech et Adobe**, ainsi que les acteurs plus locaux Best Buy (chaîne de magasins en ligne) et DISH Network (réseau de télévision).

L'objectif de Google TV? **Ouvrir le poste de télévision au web**. « Avec Google TV, les téléspectateurs disposeront bientôt d'un vaste univers de contenus disponibles sur diverses sources telles que les opérateurs de télévision, le Web, leurs bibliothèques personnelles de contenu et les applications mobiles », explique le moteur de recherche dans sa communication.

Les « Google TV » seront pilotées par le système **Android** (dont le succès [ne cesse de se confirmer](#)) et le navigateur **Chrome**, pour l'accès aux pages web. Les téléviseurs seront motorisés par la puce **Intel Atom CE4100** spécialement conçue pour l'électronique « de salon ». Bref, le futur téléviseur permettra d'accéder aux chaînes habituelles, aux contenus à la demande (VOD), payants ou non (YouTube pour ne pas le nommer), aux pages web et même aux applications ouvertes Android (que les développeurs ne manqueront pas de personnaliser pour le grand écran résidentiel). Selon Google, « la nouvelle plate-forme offrira des performances AVV dignes d'un cinéma à domicile ». Pas moins!

Avec l'idée que, si la sauce prend, **la télévision de papa disparaîtra** au profit d'un média de services à travers lequel l'utilisateur (peut-on encore parler de téléspectateur?) fera son marché. Les diffuseurs ont tout intérêt à réfléchir aujourd'hui aux enjeux, alors qu'il semble que ce soit surtout les opérateurs télécoms qui, en France du moins, alimentent de plus en plus les contenus du poste familial. Car derrière tout ça se profile le marché de la publicité TV, pour Google. Un marché à **70 milliards de dollars** rien qu'aux Etats-Unis.

Permettre au téléviseur l'accès aux contenus du web tout en lui conservant son rôle de téléviseur est **un vieux serpent de mer**. Et si les écran TV partagent aujourd'hui les mêmes interfaces que les PC (Ethernet, USB, HDMI...) facilitant ainsi techniquement leur connexion à la Toile, les innovateurs qui s'y sont frottés n'ont pas encore démontré la pertinence de leur démarche. Que ce soit Apple avec son [Apple TV](#) alimenté par les contenus d'iTunes ou [Joost](#) qui, d'une nouvelle interface de navigation TV s'est recentré sur une offre de contenus, les expériences initiées n'ont guère convaincu jusqu'à présent. Google démontrera-t-il le contraire?