

La TV sur mobile va se démocratiser d'ici 2009

Si les opérateurs de vidéo mobile réussissent à améliorer plusieurs problèmes liés à la qualité du service et à proposer des contenus intéressants, la vidéo sur les téléphones mobiles devrait décoller d'ici 2009 et le revenu qu'elle génère passer de

46,2 millions de dollars à l'heure actuelle à **5,6 milliards en 2009** soit un bond de 11.997 % en cinq ans !

Les terminaux permettant d'accéder à des contenus vidéo, les services 'mobile', et les abonnés vont donc se multiplier. Mais, selon Infonetics, la liste des défis à surmonter avant d'atteindre une croissance aussi phénoménale est encore longue.

« Le succès de la vidéo sur mobile va dépendre de plusieurs facteurs. Tout d'abord de la disponibilité des terminaux, ensuite d'une amélioration de la consommation d'énergie de ces services, et de proposer un bon rapport qualité-prix. Mais le plus important, il faut que les opérateurs réussissent à proposer des contenus originaux qui se distinguent de ce qui se trouve sur la télévision et sur le net », explique Jeff Heynen, directeur de la division 'Diffusion et IPTV' d'Infonetics.

« L'ensemble de ces challenges devrait toutefois rapidement trouver des réponses », poursuit Jeff Heynen. « La télévision sur les mobiles va devoir d'une certaine façon reproduire l'expérience concluante de la TV à domicile, qu'elle soit diffusée sur des terminaux via les radio fréquences ou par l'intermédiaire de la technologie dite de troisième génération. Les services que proposent actuellement certains opérateurs mettent en exergue le fait que les utilisateurs sont enthousiastes à l'idée de regarder une vidéo sur un mobile. Le plaisir que cela apporte semble donc supplanter ses limitations techniques. »

Les opérateurs mobiles augmentent la bande passante de leur réseau 3G avec la technologie HSDPA (*High Speed Downlink Packet Access*) et MBMS (*Multimedia Broadcast and Multicast Service*). Cette évolution est essentielle au décollage de la TV sur mobiles et permet à ces opérateurs de déployer des plates-formes de partage de contenu. Bref, les opérateurs mobiles procèdent exactement de la même façon que les bouquets satellites, ou la télévision via le câble.

Le document publié par Infonetics montre que le sport va jouer un rôle essentiel pour les fournisseurs de services vidéo, en particulier l'exclusivité sur un événement sportif important. Par exemple, si l'on se tourne vers les États-Unis, l'opérateur Sprint Nextel a signé un accord de 5 ans pour un montant de 600 millions de dollars avec la fameuse ligue de football américain, la NFL.

En Corée du Sud, au Japon et en Europe, les opérateurs mobiles qui se sont adonnés au stream des matchs de foot de la Coupe du Monde se frottent les mains. Cet événement sportif majeur a entraîné un pic du nombre d'abonnements. Infonetics voit là un indicateur positif pour ce nouveau type de service pourtant assez largement décrié.

Le nombre de terminaux mobiles de troisième génération permettant la vidéo devrait passer de 28 millions en 2005 à 336 millions en 2009.