

Quelles sont les préférences des consommateurs en matière d'IPTV ?

Une étude conduite par Juniper Networks met en exergue le fait que les opérateurs télécoms et les fournisseurs d'accès à Internet bénéficient d'une avance concurrentielle certaine pour leur qualité et leur fiabilité perçues.

Cependant, la demande de services personnalisés va susciter une forte concurrence de la part des portails et fournisseurs de contenus.

Les personnes interrogées, **des consommateurs anglais, français et allemands entre 18 et 65 ans**, optent prioritairement pour les opérateurs télécoms bien établis par rapport à d'autres fournisseurs potentiels de services IPTV. Car, ils perçoivent que ce sont eux qui peuvent fournir la meilleure qualité de service.

Cette étude révèle également que l'adoption de l'IPTV sera de plus en plus pilotée par la demande de services **ultra-personnalisés** (pour 54% des sondés en France) ? permettant aux utilisateurs de développer leurs propres programmes et offres autour de contenus à la demande.

En d'autres termes, les fournisseurs « *traditionnels* » en Angleterre, en France et en Allemagne disposeraient d'une fenêtre d'opportunités très étroite pour développer de nouveaux services et sécuriser une base d'abonnés IPTV avant que la concurrence ne devienne trop forte.

Les opérateurs historiques bénéficient d'une avance particulièrement marquée en Allemagne et au Royaume-Uni (respectivement 62,5 % et 48,5 % de premiers choix). Ce sont également les marchés où la concurrence pour gagner de nouveaux clients IPTV sera la plus acharnée dans la mesure où les sondés allemands et anglais sont également ceux qui bénéficient du plus fort taux d'abonnement aux services de télévision par câble et satellite.

Par comparaison, dans l'Hexagone, où le taux actuel d'utilisateurs des services IPTV est le plus important (3,5 %), les sondés privilégient leurs fournisseurs de services Internet (54,2 %), reflétant un marché des télécommunications plus compétitif sur lequel de nombreux prestataires Internet courtisent déjà avec succès des clients haut-débit.



L'utilisateur veut de la personnalisation, de la qualité et de la fiabilité.

L'étude de Juniper Networks révèle également que la sécurité (pour la réception de la télévision en mode haut débit) est une des préoccupations les plus importantes pour un peu moins de la moitié des sondés (48%). Ces résultats suggèrent que les services haut-débit sont encore perçus comme plus souvent sujets à des coupures et des failles de sécurité que les systèmes de diffusion traditionnels.

Le marché des services de télévision en Allemagne et en Angleterre est dominé pour plus de la

moitié par le câble et le satellite, **respectivement 28,2 % et 34 %**.

La France fait exception dans ce domaine où le marché donne encore la priorité aux services de diffusion analogique terrestre **44,8 %**.

Dans les trois pays, l'amélioration essentielle recherchée est la capacité à créer des « chaînes personnalisées » programmant des contenus à la demande (54,7 %).

La possibilité de visualiser des contenus sur n'importe quel support (ordinateur portable, téléphone mobile, etc.) obtient le moins bon score (26,8 %) même si elle est significativement plus populaire auprès des 18/24 ans (45 %) que des autres groupes d'âge interrogés.

Habitudes de consommation de contenus en ligne. Les contenus vidéo en ligne qui rencontrent, le plus grand succès sont les UGC (User Generated Content) ou contenus générés par les utilisateurs, **47 %** des personnes interrogées en ont déjà téléchargé, suivis de près par les reportages d'informations **46%**.

Les types de contenus vidéo les moins consultés sont actuellement le sport (13 %) et les films de cinéma (28 %). En France, ce sont les clips musicaux qui sont les contenus les plus téléchargés (53 %).