

Telindus tente d'imposer l'IPTV dans les entreprises

La télévision sur Internet ou IPTV est un véritable succès dans les foyers français, notamment grâce à l'essor des offres triple-play. Mais ce service peut-il être adapté au monde de l'entreprise ? Oui, répond l'intégrateur Telindus (filiale de Belgacom) qui a décidé d'attaquer ce marché avec une offre flexible permettant de répondre aux besoins internes ou externes de l'entreprise.

« C'est une tendance nouvelle qui tire le parti du succès des offres grand public. Comme la VoIP ou le Wi-Fi, cette technologie s'est d'abord imposée dans les foyers mais aujourd'hui, elle fait son entrée dans les entreprises », affirme Etienne Didelot, en charge du marketing des solutions IPTV pour Telindus.

Que peut apporter l'IPTV en entreprise ? Les possibilités sont variées : diffusion de chaînes de TV ou de contenus vidéos, portail interne, formation en ligne, affichage de contenus dynamiques... Il peut également s'agir de proposer un service aux clients de l'entreprise dans des lieux publics (aéroports, hôpitaux, hôtels, publicité sur le lieu de vente en grande distribution).

« On peut apporter un nombre quasi-illimité de services, exploitables sur de nombreux terminaux comme le PC, les PDA, les écrans, les bornes exploitant le réseau informatique existant », précise Etienne Didelot.

C'est un des principaux intérêt de l'offre : elle ne nécessite pas d'infrastructure dédiée. Techniquement, les flux TV (TNT, câble ou satellite) ou vidéos sont récupérés, convertis (à travers des Integrated Receiver Decoder -IRD- d'Anevia), injectés dans le réseau IP existant et ressortent par des boîtiers (box) fournis par Netgem ou Amino.

Dans le cas des flux TV ou vidéo, le service apporte les mêmes fonctions existantes pour le grand public : catalogues, guides, time shifting, start-over, catch-up TV, le tout pilotable à partir d'une télécommande.

En tant qu'intégrateur, Telindus peut fournir une offre de bout en bout pour les entreprises intéressées par ce service. C'est le cas de **TF1** qui est en phase de déploiement.

« Notre problématique est assez simple », nous explique Alexis Bureau, chef de projet Ingénierie Broadcast de TF1. *« Nos collaborateurs ont besoin d'avoir un œil sur tous les contenus diffusés par le groupe et par la concurrence, de diffuser ces contenus dans les autres immeubles du groupe et d'éviter un câblage supplémentaire ».*

Concrètement, le service mis en place par Telindus permet aux journalistes et aux cadres du groupe d'accéder depuis leur écran (PC ou TV) aux chaînes concurrentes et aux chaînes du groupe, ces dernières pouvant être affichées en mosaïques thématiques. Les émissions en cours de réalisation dans les régies du groupe peuvent également être diffusées en direct ce qui évite des déplacements inutiles. Un canal interne, un guide programme avancé sont également disponibles. L'ensemble est géré à partir d'une interface dédiée (voir photo) développée par Vianeos. *« C'est un peu ce qui peut se faire de mieux en matière d'IPTV »,* avance le chef de projet.

En phase 2 du projet, les utilisateurs pourront même enregistrer un programme en direct ou en le

choisissant dans le guide des programmes interactif. Les enregistrements seront réalisés sur le réseau et stockés puis diffusés depuis un équipement central spécifique.

Pour TF1, ce service répond donc à trois objectifs : mettre à disposition des contenus orientés métiers, réduire les coûts grâce à une mutualisation des ressources et permettre l'évolutivité des solutions.

L'importance des flux injectés a évidemment des incidences sur la charge du réseau.« On a beaucoup travaillé sur la dimension du réseau afin d'éviter la saturation, on va ainsi augmenter nos capacités pour arriver à 10 Go Ethernet au niveau de notre coeur de réseau », poursuit Alexis Bureau.

La problématique sécurité entre également en compte car certains contenus internes injectés doivent être protégés. Des briques de sécurité logicielles ont donc été intégrées à différents niveaux du middleware.

Le projet a été lancé en mars 2008 et a été lancé en décembre en bêta test. 50 utilisateurs sont connectés avec un objectif de 200 dans les prochains mois. L'investissement consenti par TF1 se situe dans une fourchette comprise entre 500.000 et 1 million d'euros.

