



La vidéo sur IP devient de plus en plus incontournable. Présente de façon croissante en amont de la distribution et profitant du boom de la consommation en streaming, elle profite d'une compatibilité native avec les terminaux personnels et connectés. L'explosion de la consommation sur terminaux mobiles et la place grandissante des réseaux sociaux dans la consommation vidéo accélère plus encore sa généralisation...

Une nécessité, optimiser la distribution vidéo Internet.

Face à la croissance exponentielle du trafic, la distribution Internet devient plus modulaire, avec le recours à de multiples CDN en parallèle et le développement de briques de solutions pour les acteurs leaders (serveurs et peering pour les groupes médias, telco CDN). À ce stade de développement du marché, seuls les acteurs générant de très gros volumes (géants de l'Internet, Netflix) peuvent bénéficier d'un réel gain économique en développant leur propre CDN. Par ailleurs, les solutions P2P permettant d'alléger la contrainte restent encore marginalement utilisées. Le Wi-Fi permet de proposer enfin un offloading de trafic mobile par complémentarité de réseaux.

L'hybridation croissante des configurations de distribution s'applique aux réseaux fixes, mobiles et broadcast.

- Les solutions de TV hybride broadcast-broadband TV ont été développées dans un premier temps avec l'idée d'ajouter un complément d'interactivité et des services de vidéo à la demande au monde broadcast. Elles restent d'actualité et leur relative facilité de mise en place continue d'assurer leur succès. Plus récemment, des premières solutions combinant de l'accès radio fixe LTE avec des accès haut débit ou broadcast sont également apparues.

- Si l'IP devient le langage commun de la distribution vidéo, engendrant un recours accru aux solutions de streaming, les progrès restant à accomplir concernent les réseaux broadcast. En effet, la migration IP du câble est un processus engagé, mais ce changement est plus lointain pour les réseaux TV hertziens. L'effet de parc des terminaux TV installés est ici un frein important.

- Les opérateurs télécoms et les câblo-opérateurs devront à terme choisir entre plusieurs positionnements de services, impactant en retour leur modèle économique de distribution.

- Les choix des opérateurs vont d'un réseau de transport passif assurant la connectivité pour les services, avec un positionnement en tant qu'agrégateur jusqu'à l'intégration plus

verticale de l'offre vidéo pour se différencier sur le marché. Ces options impliquent des modèles de distribution et des relations contractuelles ou partenariales différents avec les groupes médias. L'accent mis sur la distribution mobile est un autre élément structurant, ainsi que la place donnée aux offres OTT (de l'opérateur ou tiers, on- et offnet).

- Devant aller chercher les clients « là où ils sont », les groupes médias sont devenus plus agnostiques en termes de réseau de distribution !

- Le renforcement des offres OTT (comprenant live et à la demande) a particulièrement influencé cette inflexion et dans ce paysage, les grandes plateformes Internet (indépendantes, réseaux sociaux) qui ouvrent des opportunités de distribution peuvent aussi constituer des menaces. Choix plus drastique, l'auto-distribution sur Internet implique une évolution des modèles d'offre et des coûts de distribution « proportionnels » au succès des offres.

Un modèle de distribution plus dynamique et plus agnostique s'annonce.

- Un modèle qui implique une porosité croissante entre les réseaux (fixe/mobile/OTT/managé) se développe, facilité par des architectures « IP native », en lien avec la nécessité d'adresser et de monétiser les cibles clients dans leurs usages...

Source : DIFFUSION & CLOUD, BROADCASTpar Alice Bonhomme