

Ultra Haute Définition : opportunités et enjeux d'une transition annoncée

La transition vers l'Ultra Haute Définition (UHD) est amorcée. Elle est désormais placée au cœur de la stratégie des principaux constructeurs de **téléviseurs**, qui ont tous intégré des modèles 4K à leurs gammes. Les acteurs de la diffusion, en particulier les **opérateurs satellite**, ont commencé l'adaptation de leurs infrastructures. Les expérimentations et les démonstrations se multiplient partout dans le monde. Le **câble**, la **fibres**, mais aussi les opérateurs **mobiles** engagés dans le déploiement de la 4G, n'entendent pas rester à l'écart de cette évolution qui représente un argument de poids pour justifier le passage au **très haut débit**. Et dans le *Rapport sur l'avenir de la plateforme TNT* rendu début 2013, le CSA traçait la voie du passage de la **TNT** à l'UHD au travers de l'adoption de nouvelles normes de compression (HEVC) et de diffusion (DVB-T2).

La migration vers l'UHD conduira à **adapter l'ensemble des équipements**, caméras, outils de montage, mixage ou truchage, transcodeurs, serveurs de streaming, systèmes de protection des contenus, plateformes d'optimisation des réseaux... et à **repenser l'ensemble du process de production / post production**.

Si la généralisation de l'ultra HD représente un enjeu majeur qui intègre de multiples paramètres technologiques, il existe néanmoins une certitude : **l'équation ne pourra être résolue sans contenus adaptés**, capables d'en donner toute la dimension « grand spectacle ». Le **cinéma** ouvre la voie, les chaînes misent notamment sur le **sport**, contenu roi de la télévision payante, et les acteurs OTT se positionnent avec des annonces fracassantes : après avoir tourné sa série emblématique *House of Cards* en 4K, le leader de la SVoD **Netflix** envisage d'offrir du streaming au format UHD avant 2015...

NPA Conseil propose aujourd'hui une étude sur l'ultra haute définition qui permettra à l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur de la vidéo et de l'audiovisuel d'**appréhender le nouveau format** sous toutes ses dimensions.

Fort de son expertise à la fois sur les réseaux de distribution, les contenus et les nouveaux usages de la télévision, le cabinet propose une vision stratégique multifacette et un point complet sur **les premières expérimentations internationales** tant en Europe qu'en Amérique et en Asie.

L'étude est également nourrie par une dizaine d'**entretiens avec des acteurs clés**, responsable des programmes, constructeurs de téléviseurs, spécialistes de la vidéo et de la télévision payante, qui tous éclairent la question de l'UHD sous un angle original.

Enfin, l'étude se conclut en proposant **plusieurs scénarios prospectifs** pour l'adoption de l'ultra HD en France (prévisions d'équipement des ménages et d'offre de chaînes...)

Sommaire

I. L'intérêt de l'Ultra HD pour le public

- a. Définition et caractéristiques techniques
 - i. Du cinéma à la TV
 - ii. UHD-1, UHD-2, 4K... quel standard pour la ultra HD ?
- b. Les avantages pour le téléspectateur
 - i. Les promesses de l'immersion et la télévision grand spectacle
 - ii. La 4K et les nouvelles technologies immersives : une nouvelle expérience pour amener le cinéma dans le salon
- c. Les articulations entre UHD et usages TV existants
 - i. Analyse des opportunités et des freins à la généralisation de l'UHD à partir des nouveaux usages de consommation TV (multi-écrans, Cloud, PVR et nPVR, les modes de consommation délinéarisée : EST et streaming)
 - ii. La question de la normalisation du format blu-ray 4K
 - iii. L'upscaling en attendant
- d. De nouveaux services à inventer
 - i. La 4K pour quoi faire ?
 - ii. Une opportunité pour le développement de la 3D sans lunette

➤ *La chaîne de valeur de l'UHD. Le décollage passe par la mise en place d'un écosystème vertueux avec l'adaptation des technologies de back-end ; des produits grand public abordables et des contenus disponibles.*

II. Un défi technologique et une opportunité sur l'ensemble de la chaîne de distribution

- a. L'impact sur l'ensemble de la chaîne de production et de diffusion et la nécessité de créer une nouvelle chaîne de produits cohérente
 - i. Captation
 - ii. Stockage
 - iii. Encodage
 - iv. Diffusion
- b. L'avantage de l'UHD : une captation déjà partiellement intégrée dans le workflow. Une intégration progressive dans la chaîne globale de production
- c. Un enjeu majeur pour les constructeurs d'électronique grand public qui disposent des gammes complètes
- d. L'UHD et le renouvellement du parc de téléviseurs
 - i. la question du prix (analyse du cycle et comparaison avec le passage à la HD)
 - ii. les leviers du renouvellement
 - 1. des grandes diagonales pour un équipement unique
 - 2. Le dynamisme du marché haut de gamme
 - iii. Un nouvel enjeu marketing

➤ *Le renouvellement du parc passe par la disponibilité de contenus attractifs*

III. Les acteurs de l'audiovisuel et les éditeurs de contenus

- a. Le cinéma
 - i. La 4K, une réalité pour le cinéma
 - ii. La stratégie des studios et la conversion d'une large partie des contenus en 4K pour proposer une bibliothèque attractive aux opérateurs et OTT engagés sur l'UHD
- b. La diffusion broadcast en Ultra HD : un moyen de différenciation essentiel
 - i. Les bénéfices de la captation 4K pour le broadcast (sport, cinéma, documentaire)
 - ii. Un positionnement haut de gamme face aux acteurs OTT engagés dans une premiumisation de leurs offres
 - iii. Producteurs et distributeurs : l'importance croissante de l'UHD sur le marché de la vente des droits
 - iv. Quelle perspectives pour des chaînes 4K ?
 - v. Le panorama des premières expérimentations à l'internationale. L'importance des compétitions sportives. L'opportunité des prochaines grandes échéances (2014-2018)
- c. UHD et contenus délinéarisés : le positionnement des acteurs OTT
 - i. Netflix ouvre la voie
 - ii. Streaming 4K ou téléchargement définitif ?
 - iii. La stratégie originale de Sony (bundle matériel + contenus)
- d. La 4K et les autres industries de contenus. Les jeux vidéo. Les consoles comme levier pour la généralisation de l'UHD grand public

➤ *Le positionnement des acteurs OTT introduit un nouveau paramètre dans l'équation. La concurrence peut pousser les opérateurs à se lancer plus rapidement*

IV. L'enjeu pour les réseaux de diffusion

- a. Enjeux techniques : bande passante et codecs HEVC
- b. Une opportunité pour les équipementiers réseaux et les opérateurs de satellite
 - i. Le positionnement des opérateurs de satellites
 - ii. Les enjeux pour les infrastructures réseaux (CDN)
 - iii. Nouveaux partenariats sur la chaîne de valeur pour faire fonctionner la 4K de bout en bout (Eutelsat – Samsung)
- c. Distribution TV : Câble, Satellite, IPTV, l'impact de l'UHD sur les distributeurs de services payants
 - i. Opérateurs Satellite : la commercialisation des premières offres se précise
 - ii. Câble, IPTV : une opportunité pour les offres très haut débit fixe
 - iii. SWOT : l'UHD et la Pay TV
- d. La plateforme TNT face au défi de l'UHD
 - i. Les nouvelles technologies nécessaires à la modernisation de la plateforme hertzienne
 - ii. Les positions des pouvoirs publics et le calendrier du CSA

V. Les différents scénarios d'adoption de l'ultra HD en France

Des scénarios à partir des prévisions du cabinet prenant en compte différents paramètres :

- les étapes de la transition vers la HD
- l'évolution de l'équipement en téléviseurs et les tendances du multi équipements
- la transformation du paysage de la TV payante et l'évolution des moyens d'accès
- l'avenir de la plateforme TNT
- la montée en puissance des offres OTT et la multiplication des services délinéarisés

BON DE COMMANDE - A RETOURNER PAR FAX AU 01 41 31 08 51

Je commande l'étude « **Ultra Haute Définition** » pour un montant de 2 990 € HT

RAISON SOCIALE _____

ADRESSE DE FACTURATION _____

NOM _____ PRENOM _____

Tel _____

Mail _____

DATE & SIGNATURE, avec la mention «Bon pour accord»

INFORMATIONS & SOUSCRIPTION : Gilles Pezet

01 74 71 43 82 - gpezet@npaconseil.com