

LES DIFFÉRENTS PROJETS DE TÉLÉVISION INTERACTIVE

Les boîtes noires arrivent

WebTV, ComboBox, Net.TV, UBI, Videoway... les « boîtes noires » se suivent, mais – heureusement – ne se ressemblent pas. Objet de dérision il y a quelques années seulement, la télévision interactive serait sur le point de remplir ses nombreuses promesses.

Par Michel Dumais

ON NOUS A REBATTU les oreilles, au début des années 90, avec la télévision interactive et les nombreux projets qui n'ont jamais décollé. Voilà que l'expression revient à la mode, mais avec des initiatives concrètes qui pourraient changer la façon dont nous regardons le petit écran.

L'arrivée de l'accès Internet à haute vitesse rend maintenant beaucoup plus réaliste la possibilité de surfer sur Internet à partir du téléviseur, d'envoyer et de recevoir des courriels, de participer à des chats, de jouer ou d'acheter en ligne.

D'ailleurs, les projections en ce qui concerne le commerce électronique par la télé ont de quoi attirer les convoitises. Forrester Research prévoit qu'en 2005, les revenus découlant des possibilités commerciales de la télé interactive s'élèveront à 25 milliards \$ aux États-Unis.

La prémisse est simple: si la pénétration d'Internet atteint ses limites dans le grand public, c'est parce que le véhicule utilisé pour naviguer – l'ordinateur – n'est pas à la portée de tous. La télévision, par contre, est présente dans la très grande majorité des foyers.

En février, BCE a annoncé qu'elle travaillait au développement d'une nouvelle «boîte noire», le ComboBox, qui devrait trôner sur le dessus du petit écran. Ce boîtier devrait intégrer plusieurs services: récepteur de chaînes de télévision par satellite (offert actuellement sous la marque de commerce ExpressVu), accès Internet à



« Le consommateur veut une modernisation de la télévision, pas une révolution. »

haute vitesse (offert présentement par la filiale Sympatico) et de nouveaux services et contenus qui seront proposés par sa nouvelle division multimédia Bell Globemedia, grâce, entre autres, à CTV et au Globe and Mail.

Pour BCE, le défi technologique sera de combiner le signal de télévision par satellite à l'accès Internet à haute vitesse pour obtenir une télévision interactive.

Du côté des câblodistributeurs, on ne chôme pas. Depuis novembre dernier, Rogers Cable déploie son service de télévision interactive, basé sur la technologie WebTV Networks de Microsoft, dans plusieurs marchés on-

Sur **PixTV.net**, l'internaute peut regarder trois émissions en ligne: Eureka, Polygone et Marto.

la télévision. » La télé du troisième millénaire se verra-t-elle donc sur un écran d'ordinateur ou sur celui de l'appareil de télé? À moins que les deux ne puissent cohabiter.

« Nous verrons l'émergence de deux outils très différents, qui serviront à des fins distinctes et qui, malgré tout, n'apporteront pas de valeur ajoutée à l'utilisateur en étant intégrés l'un dans l'autre, dit-il. Il est clair que le marché des "set-top boxes" sera appelé à se développer, car le téléspectateur aime avoir que son téléviseur soit plus évolué et moderne. Mais attention: le consommateur veut une modernisation de la télévision, pas une révolution. Et il ne veut pas payer – ou très peu – pour ces nouveaux services. Dans le fond, Bell et Videotron devront répéter le succès français du Minitel, qui a su s'imposer dans les foyers français grâce à sa tarification de base insignifiante. »

Le véritable outil d'interactivité, selon lui, demeurera l'ordinateur personnel. Celui-ci sera appelé à évoluer au cours des prochaines années, pour se déclinier en deux versions: la première, plus traditionnelle, que l'on connaît aujourd'hui, aura sa place dans un bureau; l'autre s'amalgamera autour de la télévision, dans le salon, centre de loisirs et de divertissement.

Selon Michel Cartier, professeur à l'Université du Québec à Montréal après une première vague axée sur

l'ariens. La première phase vise spécifiquement les gens qui n'ont pas déjà un accès Internet à la maison et qui veulent s'initier au Web.

Vidéotron, développeur des premières boîtes noires à apparaître sur le dessus des téléviseurs avec Videoway et le défunt projet UBI, travaille aussi à sa nouvelle variation: un appareil qui permettra aux téléphiles de naviguer sur Internet et d'interagir avec le petit écran (voir l'encadré).

Télé ou PC?

Internet par la télévision? Philippe Le Roux n'est pas convaincu. Dans son rapport de veille traitant de l'impact d'Internet sur nos habitudes télévisuelles, le président de VOL2, une entreprise de consultants spécialisée dans les nouvelles technologies, conclut que « les nouveaux consommateurs privilégiés regarderont l'ordinateur et Internet plutôt que

l'ordinateur personnel, la deuxième vague sera celle des «set-top boxes», avec un accent sur le commerce électronique d'entreprises à consommateurs. « Les deux concepts auront à cohabiter, dit-il. Mais quel que soit le canal choisi, les grands gagnants seront ceux qui posséderont les droits d'auteur sur le contenu et ses dérivés. »

Zaq: le contenu d'abord

Pendant que les grands groupes développent la tuyauterie nécessaire au déploiement de la télévision interactive, d'autres joueurs se chargent de concevoir le nouveau contenu à être véhiculé. Depuis trois ans, Zaq, de

« Nous ne voulons pas devenir un concurrent des fabricants de jeux comme UbiSoft, explique Paul Allard, président de Zaq. Ce que nous désirons, c'est vendre à ces développeurs nos trousseaux d'outils, qui serviront à produire des jeux. Ces jeux pourront alors être proposés aux fabricants de systèmes d'exploitation de "boîtes noires" comme PowerTV. Mais nous devons montrer qu'il était possible de concevoir des jeux de grande qualité pour la télé interactive. »

Par la suite, les câblodistributeurs pourraient passer une commande auprès de PowerTV pour que leurs boîtes noires puissent inclure les jeux de Zaq. PowerTV, de Cupertino (Californie), fournit déjà des services interactifs à 17 câblodistributeurs, dont Rogers Cable et Cox Communications.

Une autre entente, avec Hip Interactive, permettra à Zaq de proposer aux câblodistributeurs une solution complète et intégrée de chaîne de jeux pour la télévision interactive.

Inpix, la télé sur ordinateur

Alors que Zaq propose des outils multiformes (intégrant la télévision à une connexion Internet par câble), Inpix Media, une filiale de la maison de production Pixcom, expérimente la télévision 100% Internet. Le téléviseur, c'est l'ordinateur. Un qui entraînera sur le marché une toute nouvelle génération d'artisans: les producteurs du virtuel.

Disposant de 6 millions \$ en capi-

2001, une année chargée pour la télé interactive de Vidéotron

Annoncée depuis de nombreux mois, la télé interactive de Vidéotron semble cette fois prête à entrer dans les foyers québécois. Lancé officiellement le 28 février dernier, ce service vise à lier étroitement Internet et la télévision, en intégrant peu à peu le premier sans dénaturer la seconde. En effet, pour Guy-R. Beauchamps, président et chef de l'exploitation de Vidéotron Communications, il s'agit avant tout d'intégrer le Web à la



À l'aide du clavier sans fil, l'utilisateur peut consulter ses courriels, tout en regardant la télévision. D'ici peu, il pourra également surfer sur Internet.

télévision traditionnelle plutôt que de confondre les deux. « Nous respectons le téléviseur pour ce qu'il est. L'usage de la télé va se transformer par des applications interactives et une communication bidirectionnelle. Nous souhaitons éveiller le consommateur à ces nouvelles technologies. »

Dans un premier temps, l'offre de Vidéotron est limitée à l'outil de courriel. Ainsi, tout en regardant son émission favorite, l'abonné au service de

base de la télé numérique de Vidéotron peut envoyer ou recevoir des courriels. Les fonctions sont assez semblables à celles que l'on connaît sur ordinateur: transferts de messages, ajout de pièces jointes (limitées toutefois aux formats jpg et gif), envois en copie conforme, etc. Si ce service est gratuit, l'utilisateur devra tout de même passer à la caisse pour se procurer l'indispensable clavier sans fil, vendu... 100\$.

Pas question pour l'instant de surfer sur Internet à partir de son appareil de télé. Pour cela, il faudra attendre puisque ce service est annoncé pour mai. En septembre, le commerce électronique sera à son tour disponible, rendant alors notre télévision réellement interactive. Le téléspectateur pourra, par exemple, accéder à de l'information sur un produit avant en avoir vu une publicité, ou bien acheter des billets pour le concert d'un artiste en train de le promouvoir lors d'une émission. On annonce aussi pour décembre la possibilité de jouer en réseau et de brancher une imprimante.

Vidéotron promet également une technologie de messagerie unifiée qui permettra d'accéder à son compte de courriel à partir de n'importe quelle télévision ou même d'un cellulaire ou d'un assistant électronique de type Palm Pilot. Néanmoins, cela n'arrivera pas avant le début de 2002.

Si le Québec touche du doigt les prémices de sa télévision interactive, Vidéotron demeure toutefois assez vague dans ses objectifs. Ainsi, aucune prévision en matière d'utilisateurs n'a été avancée. ● M.C.

tal de risque, dont 2,6 millions \$ provenant d'Investissement Desjardins, Inpix Media se propose de développer au cours des prochaines années du contenu interactif pour Internet. En octobre, l'entreprise a lancé PixTV.net (www.pixtv.net), un service de diffusion de vidéo sur demande pour les internautes qui disposent d'un accès à haute vitesse. Trois « émissions » sont d'ailleurs offertes sur le site de PixTV: Polygone (multimédia et nouvelles technologies), Marto (renovation et décoration) et Eureka (sciences).

Trois défis guettent cependant Normand Bélsisle, président d'Inpix Media. D'abord, il faut que l'accès Internet à haute vitesse se déploie et se démocratisent dans le marché nord-

américain. Ensuite, Inpix devra lutter contre les habitudes des internautes, qui ont tendance, pour le moment, à ne pas considérer leur ordinateur comme un substitut du téléviseur.

Enfin, un modèle d'affaires reste à définir, car la rentabilité devra être à l'ordre du jour, une fois les expérimentations technologiques terminées. Heureusement, Inpix dispose actuellement d'une banque d'émissions de télévision traditionnelles impressionnante, par le biais de Pixcom.

Il ne reste plus qu'à Normand Bélsisle et à son équipe d'expérimenter et de développer des concepts de télévision sur Internet, dans lesquels, contenu et publicité se marieront avec aisance. ●