

Les récepteurs satellite haute définition: un marché à fort potentiel pour les distributeurs en 2010-2011

Par France Titin-Snaider, Directrice Marketing d'Aston

L'arrêt de l'analogique: un enjeu majeur d'ici novembre 2011 pour tous les acteurs du marché de la télévision.

Depuis 2005, le marché de la télévision connaît une importante mutation. L'arrivée de la TNT a permis aux utilisateurs d'accéder gratuitement à une offre de chaînes plus élargie; les foyers situés dans les zones couvertes ont surtout pu découvrir la qualité d'image et de son en numérique, jusqu'ici réservée aux abonnés du satellite et du câble. Depuis octobre 2008, les consommateurs ayant accès à la TNT reçoivent en plus 4 chaînes nationales gratuitement en Haute Définition.

D'ici novembre 2011, la Loi sur l'Economie Numérique prévoit l'extinction progressive des émetteurs de télévision analogique pour passer au Tout Numérique. La seule solution pour les foyers situés dans les zones non couvertes par la TNT, le câble ou l'ADSL, sera alors de se tourner vers les offres de TNT gratuite par Satellite: FRANSAT ou TNTSAT.

La distribution a ici une véritable carte à jouer: en effet, si on estime à près de 15% la proportion de foyers étant situés en zone blanche (zones non ou mal couvertes par la TNT), ce sont plus de 35% des foyers qui ne seront pas couverts par la TNT HD. Pour recevoir les chaînes HD de la TNT, ces foyers devront alors s'équiper d'un récepteur Satellite haute définition.

Une nouvelle offre de produits en rayon

Jusqu'à il y a encore deux ans, les opérateurs satellite favorisaient largement le modèle de location de leur décodeur lors de la souscription d'un abonnement à leurs bouquets. La distribution intervenait alors uniquement sur la gestion des nouveaux abonnements, sans réelle valeur ajoutée sur le choix du décodeur.

L'arrivée des offres de télévision gratuite par satellite fait évoluer la donne. Les opérateurs ont désormais une politique de labellisation des terminaux compatibles avec leurs offres. Charge ensuite aux fabricants et aux distributeurs de commercialiser et promouvoir leurs produits. Et cela semble porter ses fruits; il suffit d'aller en magasin pour se rendre compte de l'offre complète proposée à la vente par les fabricants, que ce soit avec FRANSAT ou TNTSAT: récepteur SD ou HD, récepteur simple tuner ou double tuner, boîte à zapper, récepteur PVR-Ready, etc.

Un nouveau rayon s'est ainsi créé dans les points de vente, répondant à une nouvelle demande. L'offre y est segmentée entre les récepteurs satellite SD proposant des fonctionnalités proches de celles des récepteurs TNT basiques, et les récepteurs satellite HD. Ces derniers permettent de monter en gamme: réception de la télévision HD, design innovant, fonctions d'enregistrement sur disque dur externe ou intégré, produit double tuner, etc.

Cette politique de labellisation permet à la fois aux opérateurs de se positionner sur ce nouveau marché avec des offres visant à fidéliser leur clientèle, et aux consommateurs d'avoir accès à un choix plus varié de produits répondant à des cahiers des charges spécifiques, techniques et marketing. Les fabricants ont ainsi l'opportunité de faire valoir leurs compétences et leur savoir-faire. Bien entendu, ce modèle n'est viable que si tous les fabricants sont traités avec équité dans le cadre de ces labellisations.

Des efforts Marketing soutenus

Si les efforts pour vendre un téléviseur Haute Définition semblent naturels, la vente des produits périphériques tels que les récepteurs satellite haute définition nécessitent de réels investissements.

Les attentes que nous avons identifiées de la part de la distribution sont les suivantes:

Tout d'abord, la formation des vendeurs sur ce type de produits est indispensable. Les vendeurs ont énormément besoin d'informations et de formation sur les produits et leur environnement.

Ensuite, il est nécessaire de disposer d'une forte présence sur le terrain. Là aussi, il s'agit de rappeler le contexte du marché et des zones blanches, d'expliquer les produits, de valoriser la qualité d'image en HD et d'expliquer les prix.

Par ailleurs, il est essentiel de mettre en place un dispositif Marketing visant à valoriser les fonctionnalités liées à la Haute Définition et aider les consommateurs à franchir le pas de la HD. A ce titre, les actions de Trade Marketing et Marketing Promotionnel doivent être soutenues et donner de la visibilité aux produits.

La communication reste bien entendu un axe primordial: les actions de Relations Presse et les annonces publicitaires, quel que soit le média, doivent contribuer à la démocratisation des messages et à rassurer le grand public.

Enfin, sur un marché aussi fortement lié aux contenus, il est indispensable de présenter les offres existantes, et de s'appuyer sur les offres en HD gratuites ou payantes pour promouvoir les récepteurs.

Le marché des récepteurs satellite HD représente donc une forte opportunité de développement pour la distribution d'ici fin 2011: avec le passage au tout numérique, ce sont 4 à 5 millions de foyers qui devront s'équiper d'une installation satellite pour accéder à la Haute Définition. Les points de vente auront donc une véritable carte à jouer.

Par ailleurs, les fonctionnalités proposées par les téléviseurs sont en constante évolution: connectivité Internet, VOD, 3D. Même si ces fonctionnalités auront tendance à se démocratiser rapidement, le renouvellement du parc installé se fera progressivement. Les fabricants proposeront des solutions permettant de profiter de telles innovations directement à partir de leurs récepteurs.

A propos d'ASTON - www.aston-france.com

Présente depuis près de 20 ans sur le marché international de la TV numérique, ASTON conçoit, développe et fabrique des récepteurs pour la télévision par satellite et la TNT. Cette société française basée à Bagnolet, maîtrise, en véritable industriel, la totalité de la chaîne de production, de la création des produits à leur commercialisation. L'entreprise imagine et crée des produits alliant créativité, performance et élégance, clés de sa réussite. Surfant sur la vague de la haute définition, ASTON a lancé le WAMBA HD en septembre 2008. Ce décodeur HD avec double lecteur de carte permet de recevoir jusqu'à deux bouquets payants, sans multiplier les décodeurs. Depuis avril 2009, ASTON commercialise le SIMBA HD qui permet aux foyers ne recevant pas la TNT d'avoir accès aux chaînes gratuites de la TNT et de la TNT HD via le satellite. Il en existe deux versions : FRANSAT et TNSAT. Les produits ASTON sont disponibles dans les magasins spécialisés et chez les antennistes.