

www.esimagazine.com

ESI

TV Broadcast • Streaming • Satellite • Cable • Hybrid
The leading media for video delivery technology

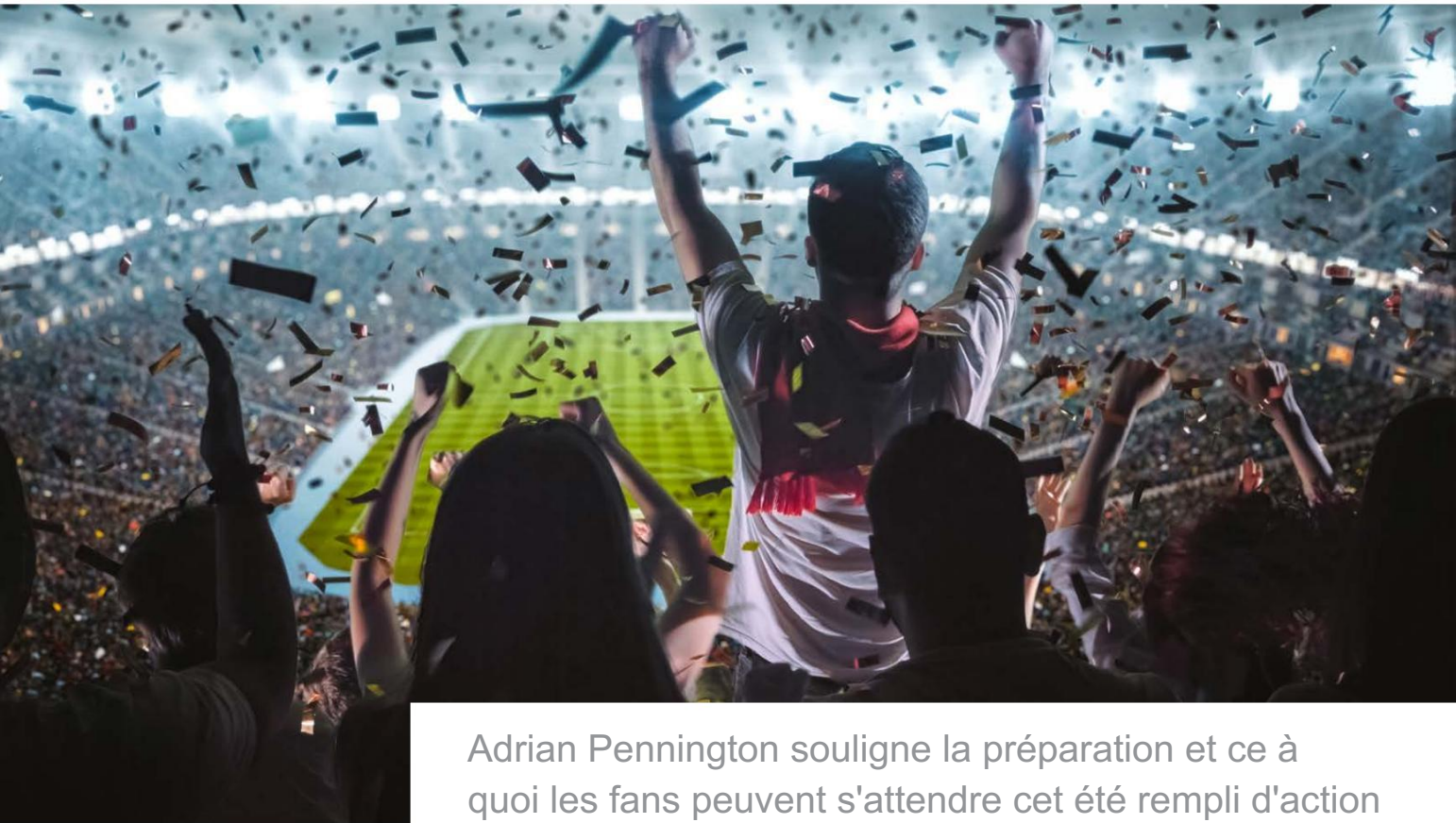


Supplément spécial



L'été du sport

Le sport montre la primauté du direct



Adrian Pennington souligne la préparation et ce à quoi les fans peuvent s'attendre cet été rempli d'action

Les médias traditionnels sont largement considérés comme en difficulté, à tel point que rien de moins qu'une révolution radicale du modèle économique n'est requis. Dans son rapport d'avril « Réinventer pour la croissance », les consultants Accenture affirment que le secteur est confronté à des circonstances désastreuses et que pour survivre, les studios et les diffuseurs doivent sortir de leur zone de confort.

Un pilier du traditionnel écosystème demeure cependant. Accenture rapporte que près de la moitié des consommateurs ont consacré plus de temps aux contenus sportifs en direct en 2023 que l'année précédente.

Les droits sportifs sont indispensables et c'est pourquoi

Les géants de la technologie (Apple, Amazon, Google) et Netflix, avec son accord mondial avec la National Football League (NFL), se mobilisent et envoient des offres toujours plus élevées. Les capacités de diffusion en direct sont essentielles pour élargir l'offre au-delà de la télévision et de la VOD et pour donner accès à une communauté de fans large et engagée, ce qui est essentiel pour réduire le taux de désabonnement.

À une époque de changements rapides et d'incertitude massive, les sports en direct constituent le contenu permanent offrant une mesure de visionnage très populaire et prévisible.

L'astuce pour les titulaires de droits est de monétiser le portefeuille pour lequel ils ont dépensé énormément d'argent avec une stratégie technologique et de distribution qui minimise les coûts, maximise les opportunités multiplateformes et, en termes éditoriaux, rapproche le spectateur de l'action.

Le meilleur siège de la maison

Les producteurs de sport utilisent souvent l'expression « le meilleur siège de la maison » pour décrire leur objectif : donner aux fans de fauteuil l'accès au jeu. Depuis environ deux décennies, cela implique généralement des mises à niveau progressives et des améliorations occasionnelles de la qualité de l'image et du son pour offrir une expérience plus immersive.

Cependant, ces projets ont récemment été relégués au second plan face aux innovations portées par les coulisses de la production (à distance, cloud, 5G et IA), la distribution sur des appareils numériques (souvent mobiles) et la présentation à l'écran (capture de type cinéma, capture réelle), graphiques de données temporelles, décors virtuels).

L'UEFA, par exemple, a choisi de ne pas produire un flux UHD pour le Finale de la Ligue des Champions à partir de

Wembley ni l'Euro de football allemand, annulant - dans le cas de la CLF - neuf années de pratique de l'UHD. Au lieu de cela, ces événements sont produits en 1080P HDR.

"Nous voyons des discussions similaires aux États-Unis, où Amazon Prime est sur une piste HDR 1080p pour Thursday Night Football, tandis que WBD est sur une piste HDR 2160p60 pour la Ligue des Champions, et de même que WBD/TNT décide de mettre la finale de l'UEFA en 1080pSDR", rapporte l'expert du secteur Thierry Fautier.

« Il est reconnu que la qualité que vous pouvez obtenir avec un flux 1080p est aussi bon que ce que vous pouvez obtenir en diffusion », déclare Jon Alexander, vice-président du développement produit chez Akamai. « La valeur supplémentaire que vous pouvez obtenir de la 4K ne vaut pas le coût supplémentaire lié à la production et à la transmission jusqu'à l'appareil du consommateur. »

Même si les écrans 4K dans les maisons sont omniprésents, la plupart des clients d'Akamai ne voient pas l'intérêt d'un flux de production 4K de bout en bout.

« Nous avons atteint un plateau où la qualité est vraiment bonne et les gens ne voient pas l'intérêt de passer au niveau supérieur. L'investissement se concentre davantage sur le modèle économique, l'authentification, l'insertion et le ciblage des publicités et la cybersécurité.

Ursula Romero, productrice exécutive À l'International Sports Broadcasting (ISB), le diffuseur hôte des Jeux Invictus et de World Para Athletics a déclaré lors du sommet 4K HDR : « Nous nous demandons constamment si nous devrions diffuser en 4K et HDR.

C'est un perpétuel point d'interrogation car il existe un grand écart entre producteurs et consommateurs.»

Son raisonnement était que le jeune public s'intéresse à autre chose que la résolution – ou même à regarder sur le téléviseur principal du foyer. "Tout tourne autour des réseaux sociaux et ils cherchent désormais à regarder le sport à la minute et à la seconde, même en format vertical."

Si la demande est limitée – en particulier parmi les chaînes de télévision par satellite et si la HD



cela suffit, alors pourquoi ne pas concentrer la puissance de feu sur d'autres zones ?

Nous en examinons quelques-uns ici, mais dirigeons-nous d'abord vers Paris, qui sera en fait produit en UHD HDR et en audio immersif 5.1.4, même si peu de téléspectateurs en dehors du Japon et des États-Unis (NBCU) apprécieront ce flux complet.

Même si la télévision reste dominante plate-forme de consommation de diffusion olympique avec 21,3 milliards d'heures de Tokyo 2020 (organisées en 2021) consommées via la télévision (l'équivalent de 93 % de toute la couverture) – l'énorme croissance du visionnage numérique se poursuit.

Tokyo a connu une hausse de 74 % du numérique uniques (plus de 3 milliards) de Rio 2016 avec une augmentation de 139 % des visionnages de vidéos sur les plateformes numériques (à 28 milliards), ce qui en fait les Jeux olympiques les plus regardés sur le numérique.

Cette tendance va sans doute s'accroître à Paris où de nombreux réseaux sociaux et contenus numériques seront mis à la disposition des ayants droit.

Parmi les plus de 1 000 systèmes de caméras Présentées en France, 12 seront des caméras de beauté et tous les sports seront pour la première fois couverts par des objectifs de style cinéma.

Suivant une tendance dans les sports majeurs, du Grand National à la NFL en passant par l'Euro, la faible profondeur de champ donne une sensation plus cinématographique aux émotions des athlètes et aux réactions des fans, filmées en direct dans la production.

IMAX et NBC se sont associés à LTN fournir « les visuels et l'apparat incroyables » de la cérémonie d'ouverture aux cinémas IMAX à travers les États-Unis. « LTN acheminera le flux là où se trouvent les consommateurs tout en garantissant une expérience visuelle et une qualité accrues », déclare Rick Young, vice-président directeur et responsable des produits mondiaux de LTN. « LTN a également contribué à la diffusion des segments « Amis et famille » de NBC avec les athlètes et leurs proches, ce qui a été populaire auprès du public au cours des derniers matchs. »

Il faudrait des mois pour produire les 11 000 heures de contenu prévues – contre 10 200 à Tokyo – c'est pourquoi Olympic Broadcasting Services (OBS) utilise largement l'IA pour automatiser, entre autres, les transcriptions pour les zones mixtes.

L'été du sport



interviews, sous-titres pour les diffusions en direct et faits saillants automatisés pour les formats verticaux.

L'IA sera utilisée pour automatiser les temps forts de 14 sports à Paris. Un outil d'IA générera également des marqueurs à partir du commentaire pour accélérer l'édition.

NBC regarde plus loin sur ce que L'IA signifie personnalisation et personnalisation pour les fans. Molly Solomon, son EP de production pour les Jeux olympiques, a déclaré : « Pour le moment, il s'agit simplement d'étiqueter manuellement les médailles d'or, les records du monde, les émotions, mais nous pensons vraiment que le processus de production vidéo peut être enrichi davantage à l'aide de ces outils d'IA. Cela va nous donner des images spécialisées que nous pourrions utiliser très rapidement et des offres personnalisées pour nos téléspectateurs également.

Réduire l'empreinte

Les méga-événements comme les Jeux olympiques, mais aussi la Coupe du monde de cricket ICC, la Coupe du monde de rugby et la Coupe du monde de la FIFA, semblent être à la croisée des chemins.

« D'un côté, le monde aurait dû des événements qui rassemblent les gens dans la solidarité mondiale et le fair-play. D'un autre côté, la complexité et le coût de ces événements pourraient atteindre un point de rupture », concluait Deloitte dans un rapport publié en mai.

Pour que ces événements restent viables, les organisateurs doivent équilibrer les coûts et

complexité impliquée par des éléments d'héritage durable, de durabilité et d'engagement croissant des fans pour les spectateurs présents, ainsi que pour ceux qui regardent depuis chez eux.

Bien que ces objectifs semblent être à Il y a de fortes chances que Deloitte affirme que l'intégration technologique et la numérisation pourraient être essentielles. L'investissement pour Tokyo en 2020/21 a coûté 13 milliards de dollars, mais l'estimation actuelle des dépenses d'investissement associées à Paris est d'environ 4 milliards de dollars, ce qui peut témoigner de l'accent mis par le CIO sur des pratiques plus durables et une prudence financière.

En plus d'utiliser principalement des sites de compétition préexistants ou temporaires, limitant ainsi leur empreinte carbone globale, les Jeux de Paris étendent également le recours aux flux de production à distance. Pour la première fois, il y aura un canal de diffusion virtuel extérieur pour la couverture de deux sites olympiques.

Le flux de travail ne verra que les caméras installées sur site avec des flux contribués à un hub centralisé pour le traitement et le mixage.

« La salle de contrôle virtualisée reproduit le fonctionnement d'un OB tout en réduisant au minimum l'empreinte physique de la diffusion », explique Andre Meterian, Broadcast de Panasonic.

& Directeur ProAV. Panasonic

Le commutateur IT/IP Kairos fait partie de la solution OB virtualisée. « Non seulement il offre une plus grande flexibilité et

l'évolutivité, mais les opérations peuvent être réalisées de manière beaucoup plus durable qu'avec un grand nombre de camions venant du monde entier.

La virtualisation réduira également la configuration temps, étant donné que les systèmes peuvent être configurés à distance avant de déménager à Paris. À l'avenir, on pourrait imaginer avoir des équipes de production plus flexibles, opérant peut-être à partir des locaux de leur propre pays, éliminant ainsi le besoin d'équipes sur le terrain et évitant la location de matériel informatique.

Réduisant également le coût carbone lié à la pose de kilomètres de câbles SDI, la production locale de contenu pour tous les stades se fera pour la première fois entièrement en utilisant des médias sur le protocole IP SMPTE 2110.

Kairos intervient également dans cet aspect de la production, en diffusant des vidéos sur 26 écrans LED sur les sites de compétition et en rationalisant les opérations en produisant du contenu pour jusqu'à trois sites via un seul Kairos Core.

Nuage olympique

Le cloud fait également beaucoup de travail pour gérer la durabilité depuis Paris lorsque, pour la première fois, la diffusion en direct sur le cloud deviendra la principale méthode de distribution des Jeux (soutenue par satellite). OBS prévoit que l'espace sera réduit de 13 % supplémentaires à l'IBC et que la consommation électrique sera inférieure de 44 % à celle de Tokyo.

Géré par le groupe chinois Alibaba, l'OBS Cloud permet aux diffuseurs de réduire leurs effectifs physiques et le déploiement de leurs kits. "Moins de dépendance énergétique, moins de transports, moins d'hébergement et, en fin de compte, une réduction des émissions de CO2 contribuent à rendre la retransmission olympique plus durable", a déclaré Alibaba dans un communiqué. Il a ajouté qu'OBS avait déjà constaté une augmentation de 279 % des réservations par les titulaires de droits pour les services cloud par rapport à 2020.

En cas de succès, les Jeux de Paris pourraient être un point de preuve pour les futurs méga-événements. Les pays hôtes potentiels et les comités d'organisation du monde entier seront attentifs.

HFR supérieur à

8K L'industrie continue de travailler sur un avenir 8K. La NHK est active dans ce secteur depuis près de deux décennies et en a démontré la possibilité dès les Jeux olympiques de Londres en 2012. « Nous constatons que le 8K est utilisé de plus en plus loin dans le processus de production », a déclaré Juan Reyes, directeur des opérations de l'association 8K à NAB.

Un flux 8K en direct de bout en bout sera produit pendant les Jeux olympiques en partie par présenter les processeurs Intel, mais il semble que l'industrie ait fait le test de la réalité en matière de résolution pour le plaisir de la résolution.

De nombreux acteurs de la diffusion sportive pensent que l'action sportive en direct bénéficierait d'une augmentation de la fréquence d'images et constitue une meilleure utilisation des bits pour les sports à vitesse rapide que la résolution. Les fréquences d'images élevées (HFR) sont dans la spécification UHD avec 120 images par seconde affichées à 120 Hz la cible.

« Le HFR n'est pas à l'horizon immédiat, mais il y a des discussions et il est plus probable que nous verrons le HFR adopté avant de voir le 8K », déclare Alexander.

Gestion des livraisons et des abonnés

Lorsque les gens pensent à la production sportive, il est courant de se concentrer sur l'action en direct. Cependant, les retransmissions sportives d'aujourd'hui exploitent également un énorme volume de contenu basé sur des fichiers avant, pendant et après chaque événement. La quantité de contenu généré augmente considérablement.

« Des facteurs tels que les offres DTC, les équipes de production réparties sur plusieurs sites, les expériences immersives dans les stades et le désir de maintenir l'engagement des fans tout au long de l'année sur les réseaux sociaux signifient que l'industrie connaît une explosion de contenu », déclare Jon Finegold, directeur marketing de Signiant.

Lors du Super Bowl LVI au SoFi Stadium en 2022, un nombre impressionnant de 1,2 pétaoctets de séquences préenregistrées ont été ingérés sur place avant le coup d'envoi. « Il s'agit d'une opération urgente, car ces grands ensembles de données doivent être disponibles avant le début de la diffusion. Ajoutez à cela le



contenu créé pendant et après le match, et il est facile de comprendre pourquoi un flux de contenu multimédia efficace est essentiel à la mission des diffuseurs sportifs d'aujourd'hui.

En 2023, Globecast a mis en œuvre son Plateforme de services de réseau cloud géré combiné à SRT créant un nouveau système de distribution pour les titulaires de droits mondiaux de la Confédération africaine de football. Pour la Coupe d'Afrique des Nations 2024, 18 ayants droit ont reçu 52 matchs via SRT.

Jean-Christophe Perier, CMO de Globecast, explique : « SRT permet d'établir un lien direct avec chaque acheteur où qu'il se trouve.

Les clients peuvent désormais créer des parcours de distribution via leur propre portail orchestrateur, toucher de nouveaux acteurs extérieurs au secteur de la diffusion et optimiser leurs coûts de distribution.

Alors que le nombre de téléspectateurs simultanés en streaming continue d'augmenter pour les événements sportifs en direct de grande envergure, les plateformes font face à d'immenses exigences en matière d'intégration, d'admissibilité et de traitement des paiements des abonnés.

Paolo Cuttorelli, vice-président directeur des ventes mondiales, Evergent dit avoir travaillé avec des plateformes de streaming qui ont « vu l'acquisition de clients monter en flèche de 400 % lors des grands tournois mondiaux – c'est une énorme opportunité ».

Gérer l'afflux de millions de demandes d'utilisateurs lors des pics d'engagement

les règles sont critiques, ajoutez-y. « Personne ne veut rater un objectif de dernière minute ou un sprint médaillé à cause de problèmes de paiement, d'inscription ou de connexion.

Cependant, avec une vision plus globale de l'expérience des abonnés et la possibilité de corréler les mesures de QoE vidéo avec les données de facturation des abonnés, les streamers pourraient remédier aux expériences de visionnage sous-optimales en temps réel avec des offres personnalisées, des promotions et des incitations pour maintenir la fidélité des fans et l'engagement de la plateforme. Le résultat?

Des fans de sport qui restent engagés et abonnés longtemps après le coup de sifflet final.

Les jours où les sponsors doivent attendre car les reportages basés sur des informations obsolètes ou des moments forts de matchs sur les chaînes de diffusion disparaissent. Jay Prasad, PDG de Relo Metrics, souligne une nouvelle ère d'« ensembles de données de qualité monétaire » permettant aux entreprises sportives de se concentrer sur les données capturées et analysées en temps réel, y compris par ceux qui regardent des émissions en direct, s'engagent simultanément sur des plateformes sociales ou interagissent en direct dans un stade.

« C'est tout aussi important pour les petits tournois que pour les événements mondiaux tels que l'Euro de l'UEFA », explique Prasad.

« Les ensembles de données monétaires offrent une granularité de mesure qui transforme les données de parrainage en informations exploitables qui déterminent les résultats commerciaux.

Dans un avenir pas si lointain, l'IA générative automatisera également bon nombre de ces processus. **CSI**

L'Olympique

Services de radiodiffusion (OBS) va renforcer sa couverture pour les Jeux de Paris 2024 à travers la stratégie d'implémentation de l'intelligence artificielle (IA) et d'autres avancées technologiques. Cette transformation fait partie d'une initiative plus large dans le cadre de l'Agenda olympique de l'IA, lancé en avril 2024, qui vise à exploiter l'IA dans divers aspects du sport et de la radiodiffusion.

OBS, créé par le CIO en 2001, est responsable de la production en direct de la télévision, de la radio et de la couverture numérique des événements.



Rêves olympiques d'IA

Selon Goran Nastic, Olympic Broadcasting Services (OBS) prévoit d'intégrer plus largement l'IA et d'autres nouveaux outils dans ses flux de travail à Paris après les essais à Gangwon.

les Jeux Olympiques et Paralympiques. Elle opère depuis l'International Broadcast Centre (IBC), qui sera situé au Parc des Expositions de Paris Le Bourget pour les Jeux de 2024.

L'IBC hébergera OBS et les détenteurs de droits médiatiques (MRH) à partir de mai 2024, devenant ainsi une plateforme opérationnelle 24h/24 et 7j/7 d'ici fin juin.

OBS prévoit de produire plus de 11 000 heures de contenu pour Paris 2024, en mettant l'accent sur une couverture centrée sur les athlètes et en coulisses. De nouveaux outils technologiques amélioreront la narration, tels que des objectifs cinématiques offrant des profondeurs de champ plus faibles et des systèmes de relecture multi-caméras. Les graphiques dynamiques, l'épinglage en direct et les données biométriques enrichiront l'expérience du téléspectateur, rendant les diffusions plus immersives.

Bateaux utilisés pour la cérémonie d'ouverture qui se déroulera sur la rivière, aura des caméras mobiles à bord pour suivre et filmer toute l'action. Au cours des Jeux, OBS utilisera également des rediffusions à 360° dans de nombreux sports.

« L'innovation doit être le moteur de la narration, ainsi que de la qualité et de l'intérêt des histoires. Cependant, pour nous, l'innovation est également très importante car elle rend notre travail bien plus efficace et bien plus durable pour des événements complexes - et les Jeux Olympiques sont l'événement le plus grand et le plus complexe qui existe au monde », a déclaré Yiannis Exarchos, PDG d'OBS, s'exprimant lors d'un événement médiatique plus tôt cette année sur les enseignements des Jeux Olympiques de la Jeunesse d'hiver de Gangwon 2024 (l'OBS considère les Jeux de la Jeunesse comme un bon laboratoire d'expérimentation).

L'agenda olympique de l'IA

L'Agenda olympique de l'IA est le dernier document stratégique sous la présidence de Thomas Bach, axé sur les impacts potentiels de l'IA sur le sport. Ce programme souligne l'engagement du Comité International Olympique (CIO) à diriger la mise en œuvre mondiale de l'IA dans le monde du sport. Les applications de l'IA vont de l'identification des talents et de l'amélioration des performances des athlètes aux études de conception de vélos, en passant par la protection, l'arbitrage et le jugement. Le programme envisage d'optimiser l'exécution des Jeux Olympiques grâce à l'IA, en améliorant à la fois l'efficacité opérationnelle et l'expérience des spectateurs.

L'IA jouera un rôle crucial dans la gestion et la personnalisation de la grande quantité de contenu. La génération automatisée de faits saillants et les outils assistés par l'IA pour les éditeurs rationaliseront la création de contenu, permettant de produire 11 000 heures de sortie. OBS prévoit d'utiliser l'IA pour automatiser les temps forts de 14 sports différents, garantissant ainsi une couverture efficace et crédible, même pour les sports les moins populaires.

Optimisation du flux de travail de création et d'édition de contenu basée sur l'IA

L'IA contribuera également à l'engagement sur les réseaux sociaux, permettant des délais d'exécution plus rapides en post-production. Les clips générés par l'IA et le marquage automatisé aideront à créer et à distribuer du contenu adapté à différentes plateformes et publics. Cette approche garantit que les téléspectateurs reçoivent des faits marquants et des histoires personnalisées en temps réel, renforçant ainsi leur engagement envers les Jeux.



Gestion des risques et considérations éthiques

Tout en adoptant l'IA, OBS reconnaît les risques associés à sa mise en œuvre, notamment les problèmes de confidentialité, la protection des mineurs et l'authenticité du contenu. Malgré les avancées technologiques, la mission principale d'OBS reste axée sur la narration. L'IA et d'autres technologies sont considérées comme des outils permettant de raconter des histoires humaines de manière plus convaincante et inclusive. L'accent est de plus en plus mis sur la possibilité de permettre au public de participer à la narration, démocratisant ainsi le récit.

« Il y aura 29 % réduction de salle besoins en puissance de diffusion depuis Tokyo - et une diminution de 46 % depuis Rio ».

et engager les téléspectateurs plus profondément.

Veiller à ce que l'IA améliore plutôt ce qui diminue la qualité de la diffusion est une priorité.

« L'essentiel est que nous permettions à la technologie de nous aider à raconter des histoires humaines d'une manière plus convaincante, plus autoritaire et plus inspirante. Pour moi, cette opportunité est fascinante car elle peut conduire à une démocratisation complète et progressive de la narration, à une participation virtuelle de chaque personne à ce récit humain commun », a déclaré Exarchos.

« Les risques existent bel et bien. Je pense ce sera le débat public le plus important dans les années à venir dans le monde entier », a ajouté Exarchos.

Virtualisation et outils basés sur le cloud

La virtualisation et la technologie cloud sont au cœur de la stratégie d'OBS. Le système Virtual Outside Broadcasting (VOB), développé en collaboration avec Intel,

permet une production à distance et une distribution flexible du signal en direct. Cette approche réduit l'empreinte physique (-9 % d'espace sur site par rapport à Tokyo et 20 % de moins depuis Rio) et la demande d'électricité sur les sites et à l'IBC, ce qui entraîne des économies de coûts significatives et des avantages en matière de durabilité, selon Exarchos. Pour Paris 2024, OBS déploiera VOB sur trois sites, dont une utilisation intensive dans le tennis.

« Les services cloud se sont développés au-delà de toutes les attentes. Il s'agit désormais d'un système très mature. Après quelques hésitations, tous les diffuseurs sont convaincus et l'utilisent massivement », a déclaré Exarchos. « Grâce à un certain nombre de ces innovations et pratiques que nous utilisons, probablement la moitié, ou près de la moitié de nos opérations, sont en réalité distantes. »

Durabilité et efficacité : moins d'énergie utilisée pour la diffusion

La durabilité est au cœur des préoccupations d'OBS. L'utilisation des services cloud, en partenariat avec Alibaba, s'est considérablement développée, entraînant une augmentation de 279 % de la consommation cloud entre Tokyo et Paris. Cela a permis de réduire l'espace physique et l'énergie utilisée à l'IBC, avec une diminution prévue de 44 % de la consommation d'énergie par rapport à Tokyo. Cette réduction s'inscrit dans le cadre des objectifs plus larges visant à rendre les Jeux plus efficaces et plus respectueux de l'environnement.

Partenariats numériques, médias sociaux et engagement des jeunes

OBS exploite les plateformes numériques pour atteindre un public plus jeune et travaille avec des créateurs de contenu locaux. Les collaborations avec YouTube et d'autres plateformes numériques garantiront que plus de la moitié du contenu sera accessible en ligne. Les Jeux Olympiques de la Jeunesse servent de terrain d'essai pour les innovations en matière de narration numérique et d'applications d'IA. L'objectif est de susciter l'engagement et d'attirer de nouveaux utilisateurs sur la plateforme numérique du CIO, Olympics.com, qui a connu une augmentation significative du nombre d'utilisateurs uniques en 2023.

Entretenir les flammes Les Jeux de Paris 2024 présenteront l'utilisation innovante par OBS de l'IA et d'autres technologies avancées, transformant ainsi la manière dont les Jeux olympiques sont diffusés. Qu'il s'agisse d'expériences améliorées pour les téléspectateurs ou de gains significatifs en matière de durabilité, l'intégration stratégique de la technologie d'OBS vise à établir une nouvelle norme pour la diffusion sportive. En tirant parti de l'IA, des services cloud et de la diffusion virtualisée, OBS estime être en mesure de fournir une couverture plus efficace, immersive et inclusive des Jeux Olympiques.

Les préparatifs pour les Jeux Olympiques d'été de 2028 à Los Angeles sont déjà en cours. Au NAB, John Pearce, directeur des opérations techniques des sites chez OBS, a mentionné que des discussions sur divers aspects, y compris l'IBC et certains sites, avaient lieu, ajoutant qu'il était en route vers la ville le lendemain alors que la logistique commençait à se dérouler.

CSI

L'état des lieux : streaming sportif, innovation technologique et expériences utilisateur

L'Euro 2024 ne sera pas diffusé en 4K UHD, mais il existe plein d'autres technologies

des avancées qui enthousiasmeront les fans cette année. [W Goran Nastic rapporte](#)

avec une audience mondiale de

plusieurs

milliards de

personnes attendues pour regarder l'UEFA L'EURO 2024 et

le Paris

Jeux olympiques de 2024 dans les mois à venir, il n'est pas surprenant que ces événements phares servent de tremplin pour le lancement de nouveaux services et produits. Au Royaume-Uni et en Europe, la nouvelle plateforme de télévision connectée Freely, soutenue par les diffuseurs britanniques, souhaitait se lancer avant un été sportif bien rempli, tout comme Warner Bros.

Discovery, qui a déployé son streamer Max à temps pour surfer sur la vague d'intérêt des consommateurs.

Streaming, connectivité, narration En effet, la plateforme de streaming est le lieu où se déroule une grande partie de l'action sportive, autant sur le terrain que dans les salles de réunion de l'industrie.

Les plateformes de streaming défient de manière agressive les plateformes de télévision payante traditionnelles en obtenant les droits de diffusion des sports, qui constituent traditionnellement un attrait majeur pour l'acquisition d'abonnés. Des streamers comme DAZN et Amazon ont massivement investi dans le contenu sportif, Apple et Netflix prenant également des mesures significatives. Apple a obtenu les droits mondiaux sur la MLS et la MLB, tandis que Netflix, auparavant indifférent aux droits sportifs, détient désormais des accords pour la WWE et la NFL.

La NFL est le premier véritable pari de Netflix sur des droits sportifs de grande valeur et le signe le plus clair à ce jour que les grands streamers mondiaux sont bel et bien de nouveaux grands acteurs du sport – même s'ils ne sont pas encore les principaux acteurs. Dans le cadre d'un nouvel accord, Netflix deviendra le siège mondial des émissions de la NFL et des animateurs célèbres.

deux matchs phares du jour de Noël cette année, et la société diffusera au moins un match du jour de Noël en 2025 et 2026, dans le cadre d'un accord de trois saisons annoncé en mai.

« Nous ne pourrions être plus enthousiastes à l'idée d'être la première ligue sportive professionnelle à s'associer à Netflix pour proposer des matchs en direct aux fans du monde entier », a déclaré Hans Schroeder, vice-président exécutif de la distribution média de la NFL. "La NFL à Noël est devenue une tradition et s'associer à Netflix, un service dont le plus grand jour de l'année est généralement cette fête, est la combinaison parfaite pour développer cet événement à l'échelle mondiale pour les fans de la NFL."

En 2023, les services de streaming représentaient près de 10 milliards de dollars de dépenses sportives mondiales, soit 20 % du marché mondial des droits sportifs. Cet investissement devrait croître en 2024 et au-delà. Pour remédier à la fragmentation de l'expérience utilisateur due à l'acquisition de droits par diverses plateformes, Disney, Warner Bros. Discovery et Fox prévoient de créer une plateforme commune de streaming sportif, Venu Sports, dont le lancement est prévu à l'automne.

Des données récentes d'Amdocs indiquent un changement significatif dans les habitudes de visionnage, avec 51 % des téléspectateurs américains prévoyant de diffuser les Jeux olympiques d'été de 2024, contre 28 % pour les Jeux olympiques de Tokyo de 2021. Cette tendance met en évidence la préférence croissante pour le streaming par rapport à la télévision traditionnelle, en particulier parmi les téléspectateurs de la génération Z qui recherchent des fonctionnalités innovantes et des animateurs célèbres.

L'une des discussions clés au NAB cette année a été la préférence des diffuseurs pour la HD 1080p par rapport à la 4K UHD en raison de son équilibre entre qualité et coût.

Certains signes indiquent que la HD 1080p est désormais considéré comme le « point idéal » en termes de qualité et de coût pour le visionnage à domicile. La décision de l'UEFA de diffuser l'Euro 2024 en HD 1080p, alors que le précédent Euro 2020 était en 4K UHD, reflète cette tendance. Ce changement soulève des questions sur la perception et la satisfaction des consommateurs quant à la qualité de la diffusion.

Les consommateurs le remarqueront-ils ou s'en soucieront-ils ?



AR joue un rôle dans Now TV de PCCW Promo Euro Partout



Chaque stade est relié au Centre international de radiodiffusion de l'UEFA (IBC) à Leipzig avec deux lignes de fibre optique redondantes. Depuis l'IBC, les signaux sont envoyés dans le monde sous forme d'images télévisées.

Abdu Mudesir, CTO Telekom Deutschland, a déclaré : « Notre couverture réseau est déjà à un niveau très élevé. Mais pendant les Championnats d'Europe, le réseau sera encore plus sollicité, notamment en termes de capacité. Que ce soit dans les stades, les fan zones, les terrains d'entraînement ou à la maison avec les supporters, nos réseaux sont prêts pour l'événement majeur qu'est le Championnat d'Europe. Nous y travaillons depuis des mois.

DT détient également les droits de tous les matchs de l'UEFA 2024, qu'elle diffusera sur sa plateforme MagentaTV, bien qu'elle ait également concédé en sous-licence les droits de certains matchs aux radiodiffuseurs de service public locaux RTL, ARD et ZDF.

À Hong Kong, Now TV diffusera en exclusivité 51 matchs et expérimente la réalité augmentée (AR) et l'IA. La société PCCW propose des promotions via l'application mobile AR Lens, proposant divers coupons et engageant les téléspectateurs avec du contenu interactif.

Wimbledon a également adopté des expériences innovantes comme la réalité augmentée et la réalité virtuelle. Auparavant, ils ont collaboré avec Vodafone pour créer une expérience immersive à 360 degrés pour les fans, démontrant ainsi le potentiel des technologies avancées pour améliorer l'engagement des spectateurs.

Cependant, cela reste encore un début pour les médias immersifs, avec des stratégies de streaming et numériques, et la personnalisation occupant une place centrale, remodelant la façon dont le public vit et interagit avec ses joueurs, équipes, athlètes et événements préférés. Comme l'a dit Yiannis Exarchos, PDG d'OBS, même si l'innovation est très importante pour rendre le travail de diffusion beaucoup plus efficace et durable, en fin de compte, « l'innovation devrait être le moteur de la narration, ainsi que de la qualité et de l'intérêt des histoires ».

CSI

Meilleure nouvelle pour l'UHD en France, où le tournoi de tennis de Roland-Garros devait être le premier événement à grande échelle diffusé en UHD avec une plage dynamique élevée (HDR) à travers le pays. France Télévisions a également lancé France 2 UHD sur la télévision terrestre, et France 3 UHD suivra à temps pour les JO. Ces chaînes UHD seront disponibles via les fournisseurs de services satellite et Internet.

France Télévisions lance également la chaîne olympique Paris 2024, utilisant la technologie cloud, 5G et satellite Starlink pour diffuser le parcours de la flamme olympique.

« Les Jeux Olympiques de Paris 2024 et Les Jeux Paralympiques seront un événement inoubliable dans l'histoire de la télévision française », a déclaré Delphine Ernotte Cunci, directrice générale de France Télévisions, ajoutant que la chaîne publique nationale française considère l'UHD comme un moyen de moderniser le réseau TNT de la TNT. « Ils sont l'opportunité de franchir une nouvelle étape pour nos moyens de production et de diffusion, en proposant une expérience ultra haute définition de nos contenus à tous les publics et sur tous les écrans. Avec cette évolution, France Télévisions parie sur sa modernisation et donc sur son avenir.

De l'autre côté de l'Atlantique, NBCUniversal est

positionnant Peacock comme la principale plateforme de streaming pour les Jeux olympiques de 2024, offrant une couverture complète des 329 épreuves médaillées. Peacock introduit de nouvelles fonctionnalités telles que Peacock Live Actions, permettant aux téléspectateurs de choisir leur parcours de visionnage, et Discovery Multiview, offrant plusieurs vues d'événements avec des commentaires d'experts. Shannon McKenzie, directrice des produits créatifs chez NBCUniversal, a souligné l'importance de l'expérience utilisateur pour stimuler l'engagement. Par exemple, lors des jeux précédents, NBCU envoyait des notifications d'alerte pour les événements clés, augmentant ainsi considérablement l'utilisation des applications et les vues en direct.

Au Brésil, juste après une présentation de TV 3.0 lors de la Coupe du Monde de la FIFA fin 2022, les prochains Jeux Olympiques de Paris verront des essais supplémentaires avec les premiers appareils compatibles TV 3.0, notamment des décodeurs, des téléviseurs et des encodeurs commerciaux, mettant en vedette -diffuser des chaînes en direct pendant toute la durée des jeux.

Par ailleurs, Deutsche Telekom, partenaire technologique local de l'UEFA, a déclaré avoir installé quelque 750 nouvelles antennes 5G dans les dix stades hôtes afin d'assurer une meilleure connectivité pour les spectateurs, les médias et le personnel opérationnel, ainsi que 65 kilomètres de nouvelles lignes de fibre optique pour augmenter la capacité. .



13-16
SEPTEMBRE
2024
RAI
AMSTERDAM

REDÉFINIR PRINCIPAL MÉDIA INNOVATION

INSCRIVEZ-VOUS MAINTENANT SUR [SHOW.IBC.ORG](https://show.ibc.org)
#IBC2024

LE PREMIER ÉVÉNEMENT MÉDIAS ET TECH AU MONDE



THE ESSENTIAL LISTING OF
CABLE, BROADBAND, TELCO
AND SATELLITE SUPPLIERS

DES ACHETEURS
GUIDE
2024

GUIDE DE L'ACHETEUR 2024

24i

Pays-Bas

C : Claire Bramley

Tél. : +31 208-202-025

E: lettalk@24i.comwww.24i.com

Haut débit

3SS – Solutions à 3 écrans

Allemagne

C : Equipe commerciale

Tél. : +49 711 219508 0

E : contact@3ss.tvwww.3ss.tv

Satellite, câble, haut débit

7cinquin

Royaume-Uni

C : Martin Riley

Tél. : +44 0208 050 1080

E: sales@7fivefive.com7fivefive.com

Haut débit

UNCanaux de communication AT

Israël

C : Vered Schwartz

Tél. : +972 036242078

E: vered@atcc.co.ilwww.atcc.co.il

Satellite

Accéder

Royaume-Uni

C : Sofia Mueller-Lundberg

Tél. : +44 07921 724664

E: emea@accedo.tvwww.accedo.tv

Haut débit

Advanced Media Strategies LLC dbaPiracy Monitor

États-Unis

C : Steven Hawley

Tél. : +1 206 930 2701

E: steve@tvstrategies.compiracymonitor.org

Haut débit

Apparaître

Norvège

C : Matthew Williams-Neale

T : +47 24 11 90 20

E: matthew.williams-neale@appaaretre.netappaaretre.netwww.appaaretre.net

Satellite, câble, haut débit

Télécommunications par satellite en AsieCo. Ltd.

Hong Kong

C : Raymond Chow

Tél. : +852 25000888

E-mail : sales@asiasat.comwww.asiasat.com

Satellite, haut débit


Atème

France

C: Atème

Tél. : +33 169358989

E: sales@ateme.comwww.ateme.com

Haut débit

Atème est un leader mondial des solutions de compression et de diffusion vidéo aidant les fournisseurs de contenu, les fournisseurs de services et le streaming de premier plan.

les plateformes boostent leur audience et les numéros d'abonnés.

S'appuyant sur une équipe R&D unique dans l'industrie vidéo, Ate me développe des solutions qui alimentent les services de télévision durables, améliorent la qualité de l'expérience des téléspectateurs, optimisent le coût total de possession des services de télévision/VOD et génèrent de nouveaux flux de revenus basés sur la personnalisation et l'insertion d'annonces. Au-delà de la technologie, la proposition de valeur d'Ate me est de s'associer à ses clients en offrant un engagement et une flexibilité très flexibles. des modèles économiques qui correspondent à leurs priorités financières. En conséquence, Ate me constate une évolution rapide vers des revenus récurrents, renforçant la résilience de l'entreprise et créant de la valeur à long terme pour ses activités. actionnaires.

Fondée en 1991, Ate me compte 580 collaborateurs répartis sur son siège en France et 20 bureaux dans le monde dont les États-Unis, le Brésil, l'Argentine, le Royaume-Uni, l'Espagne, l'Allemagne, les Émirats arabes unis, Singapour, la Chine, la Corée et l'Aus

Ate me a été répertorié sur le Marché Euronext Paris depuis 2014 et en novembre 2020 elle a acquis Anevia, un fournisseur de logiciels OTT et IPTV solutions. En 2023, Ate me a servi plus d'un millier de clients dans le monde, réalisant 100 millions d'euros de chiffre d'affaires, dont plus de 90% en dehors de son marché domestique.

GUIDE DE L'ACHETEUR 2024

Athéras Analytics

Royaume-Uni
C : John Yates
Tél. : +44 01235 884244
E : info@atherasanalytics.com
atherasanalytics.com
Satellite

B

Dynamique des faisceaux

États-Unis
C : David Kaszycki
Tél. : +1 404-626-0538
E : david@beamdynamics.io
www.beamdynamics.io
Haut débit

Bitcentral

États-Unis
C : Thérèse Sarté
Tél. : +1 858.472.5757
E : tsarte@bitcentral.com
bitcentral.com
Haut débit

RUISSEAU BOULDER INTERNATIONAL LIMITÉE

Royaume-Uni
C : Matthew John Jeschelnik
Tél. : +44 07748708568
E : mat@boulder creek
international.com
www.boulder creekinternational.com
Haut débit

Broadpeak

France
C : Fabrice Bellanger
Tél. : +33 222740350
E : contact@broadpeak.tv
www.broadpeak.tv
Haut débit

C

Technologie Caton

Singapour
C : Géorgiena Verdonk
Tél. : +65 6980 0591
E : info@catontechnology.com
www.catontechnology.com Haut
débit

Technologie Caton

Singapour
C : J'ai couru aussi
Tél. : +65 6980 0591
E : ran.too@catontechnology.com
www.catontechnology.com
Haut débit

CBS

États-Unis
C : Terry Donohue
Tél. : +1 8186278931
E : tadatalk@gmail.com
Satellite, câble, haut débit

Cinédeck

États-Unis
C : Jane Sung
Tél. : +1 888 390 4460
E : info@cinedeck.com
cinedec.com
Haut débit

Cinegy GmbH

Allemagne
C : Daniella Weigner
Tél. : +49 89-23885360
E : sales@cinegy.com
www.cinegy.com
Haut débit

F

FOR-A Europe Srl

Italie
C : Fabio Varolo
Tél. : +39 39-916-4811
E : info@foraeurope.eu
www.for-a.com
Haut débit

FOR-A Europe Srl

Italie
C : Fabio Varolo
Tél. : +39 39-916-4811
E : info@foraeurope.eu
www.for-a.com
Haut débit

FOR-A Moyen-Orient et Afrique

Emirats Arabes Unis
C : Mohammed Abou Ziyadeh
Tél. : +971 50 923 9839
E : mziyadeh@for-a.co.jp
www.for-a.com
Haut débit

FOR-A Bureau de Singapour

Singapour
C : Robert Shen
Tél. : +65 8686-8086
E : robert.shen@for-a.co.jp
www.for-a.com
Haut débit

Fréquence

États-Unis
C : Danny Breslauer
Tél. : +1 732 309 7805
E : danny@ Frequency.com
www.Frequency.com
Haut débit

GUIDE DE L'ACHETEUR 2024

Fréquence

États-Unis

C : Danny Breslauer
Tél. : +1 732 309 7805
E: danny@fréquence.com
www.fréquence.com
Haut débit

Ami MTS

Royaume-Uni
C : Julia Gracheva
Tél. : +44 +44 121633 5780
E: jgracheva@friendmts.com
www.friendmts.com
Haut débit

gDiffusion mondiale

France

C : Forgues
T : +33 +33685322226
E: yannick.forgues@globecast.com
globecast.com
Satellite, haut débit

Green Stream GmbH

Allemagne
C: Gernot Jaeger
T: +4915221654162
E: gernot@greenstreams.com
greenstreams.com
Haut débit

Green Stream GmbH

Allemagne
C: Gernot Jaeger
T: +49 015221654162
E: gernot@greenstreams.com
greenstreams.com
Haut débit

HHarmonique

États-Unis
Tél. : +1 408.490.6607
www.harmonicinc.com

Câble, haut débit

Harmonic, le leader mondial dans le haut débit virtualisé et solutions de diffusion vidéo, permet aux sociétés de médias et aux fournisseurs de services de fournir un streaming haut débit de très haute qualité et des services de diffusion vers consommateurs à l'échelle mondiale. Qu'il s'agisse de simplifier la diffusion vidéo grâce au SaaS multimédia avancé basé sur le cloud VOS@360 ou alimenter la fourniture de services Internet Gigabit avec son haut débit innovant cOS™ plateforme, Harmonic change la façon dont les sociétés de médias et les fournisseurs de services monétisent le contenu en direct et à la demande sur chaque écran.

Téléphone : +1.408.542.2559

En dehors des États-Unis

Téléphone : +1.800.828.5521

aux États-Unis

Site Internet : <https://www.harmonicinc.com/>IImaginez la communication

États-Unis

C : Puce Schneider
Tél. : +1 513-614-7959
E : Chip.Schneider@imaginecommunications.com
imaginecommunications.com
Satellite, câble, haut débit

Interra Systèmes, Inc.

États-Unis

C : Charu Puri
Tél. : +1 4085792000
E: charu@interrasystems.com
interrasystems.com
Câble, haut débit

Intinor

Suède

C : Daniel Lundstedt
T : +46 70 - 148 46 68
E: daniel.lundstedt@intinor.se
intinor.com
Haut débit

KServices techniques KMT

États-Unis

C : Lacy Billingsly
Tél. : +1 9258046194
E: lacy@kmttechnical.com
www.kmttechnicalservices.com
Haut débit

LLTN

États-Unis

C : Connie Petrides
Tél. : +1 201-280-9875
E: connie.petrides@ltnglobal.com

GUIDE DE L'ACHETEUR 2024

ltnglobal.com

Satellite, haut débit

M[Concept principal](#)

États-Unis

C : Geoff Gordon

Tél. : +1 858 335 8560

E: sales@mainconcept.com

www.mainconcept.com

Haut débit

[Distillerie Média](#)

Pays-Bas

C : Roland Sars

Tél. : +31 0202351430

E-mail : rs@mediadistillery.com

www.mediadistillery.com

Satellite, câble, haut débit

mediagenix[Médiagénix](#)

Belgique

C : Françoise Semin

Tél. : +32 24673430

E: bienvenue@mediagenix.tv

www.mediagenix.tv

Haut débit

Mediagenix est un leader mondial dans des solutions de contenu intelligent pour connecter de manière rentable le bon contenu au bon public.

La plateforme SaaS modulaire Mediagenix orchestre l'ensemble du cycle de vie du contenu pour activement générer de la valeur à vie pour le contenu et l'engagement du public.

La stratégie de contenu, la gestion de la valeur du contenu et la planification du contenu convergent toutes vers un flux collaboratif simple à l'échelle de l'entreprise, tournant autour d'une solution unique de la vérité.

Basée à Bruxelles, Me-diagenix possède des bureaux à Bangkok, Denver, Londres, Madrid, Miami, Singapour, Skopje et Sydney.

Avec une équipe de plus de 350 experts travaillant en étroite collaboration avec plus de 10 000 utilisateurs, Mediagenix est le partenaire de confiance de plus de 200 entreprises médiatiques dans le monde.

[Groupe Mer](#)

Israël

C : Jacob Gigi

Tél. : +972 0528892094

E: jacob_g@mer-group.com

www.mer-group.com

Câble, haut débit

[Réseaux Minerva](#)

États-Unis

C : Randy Osborne

Tél. : +1 4085679400

E: sales@minervanetworks.com

www.minervanetworks.com

Satellite, câble, haut débit m

[MwareTV](#)

Pays-Bas

C: Frans Blommestein

Tél. : +31 6 5580 2070

E: sales@mwaretv.com

www.mwaretv.com

Haut débit

MwareTV propose une solution basée sur le cloud, plate-forme de télévision multi-tenant qui simplifie l'intégration des services vidéo grâce à un solution middleware transparente.

Ce service englobe les capacités IPTV et OTT, notamment la diffusion en direct, la télévision de rattrapage, l'enregistrement vidéo personnel (PVR) dans le cloud, les films, les séries, éducatif et de divertissement des jeux, ainsi que des offres audio telles que de la musique et des podcasts.

La plate-forme est conçue pour gérer tous les aspects du parcours du service vidéo, depuis l'acquisition initiale du contenu jusqu'à sa livraison finale aux téléspectateurs, soit via leurs propres réseaux, soit via le streaming over-the-top (OTT).

Au cœur de la plateforme se trouve le système de gestion TV (TVMS). Il gère efficacement une gamme d'éléments, notamment le contenu, les produits, les abonnés, etc. De plus, il dispose d'un système de facturation adapté aux services OTT, complet avec un panier d'achat et des passerelles de paiement intégrés ainsi qu'un module marketing pour promouvoir l'OTT service.

Le no-code innovant de MwareTV App Builder permet la création de produits sur mesure et des expériences de visionnage de marque sur diverses plates-formes d'appareils, éliminant ainsi le besoin de développement d'applications individuelles.

GUIDE DE L'ACHETEUR 2024

La plateforme permet aux utilisateurs de créer sans effort des expériences d'application exceptionnelles, en évitant le besoin de codage complexe. Cela positionne MwareTV comme le choix incontournable pour les entreprises à la recherche d'une solution simple. Solution télé.

Il prend en charge un large éventail de systèmes d'exploitation, notamment iOS, Android, AndroidTV, TVOS, FireTV, Roku, KaiOS, WebOS, et Tizen.

La clientèle de MwareTV s'étend câble et télécommunication entreprises, fournisseurs de services Internet (FAI), opérateurs mobiles, agences de marketing et propriétaires de contenu.

N

[NationalChip Science et technologie Co., Ltd.](#)

Chine

C : Alex Y. Li

T : +86 +8618688923182

E : alex.li@nationalchip.com

www.nationalchip.com/en/

Satellite, câble, haut débit

[NativeWaves Gmbh](#)

L'Autriche

C : Christof Haslauer

Tél. : +43 6606219695

E : contact@nativewaves.com

www.nativewaves.com

Haut débit

[Nextologies](#)

Canada

C : Christian Morsanutto

Tél. : +1 4063013100

E : julip@nextologies.com

nextologies.com

Satellite, haut débit

O

[Réseaux Oasis](#)

Espagne

C : Gal Matoki

Tél. : +34 91 060 6793

E : office@oasisnetworks.net

www.oasisnetworks.net

Satellite

[Actionneurs et variateurs Olsen](#)

Royaume-Uni

C : Piers Olsen

Tél. : +44 01925 202127

E : info@olsenactuators.com

www.olsenactuators.com

Satellite

[ONE WORLD TECHNOLOGIES, INC.](#)

États-Unis

C : Lynn Tayul Rowe

Tél. : +01 5614147650

E-mail : lrowe@oneworldtech.com

www.oneworldtech.com

Satellite, câble, haut débit

[Systèmes de diffusion ouverts](#)

Royaume-Uni

C : Kieran Kunhya

Tél. : +44 0203 051 1695

E : contact@obe.tv

www.obe.tv

Haut débit

P

[Moniteur de piratage \(médias avancés](#)
[Stratégies LLC\)](#)

États-Unis

C : Steven Hawley

Tél. : +1 206 930 2701

E : steven.hawley@

piracymonitor.org

piracymonitor.org

Haut débit

Q

[Quadsat](#)

Danemark

C : Elöd Sandor

T : +45 49 49 49 94

E-mail : sales@quadsat.com

www.quadsat.com

Satellite


[Jeu rapide](#)

Canada

C : Tina Tuli

Tél. : 1-204-807-1289

E : tina.tuli@quickplay.com

www.quickplay.com

Haut débit

Quickplay est leader du cloud transformations pour OTT

expériences pour les opérateurs de télécommunications, les MVPD, les diffuseurs et les sports pour plus de 25 clients de niveau 1, sur plus de 50 marchés dans le monde. Notre plate-forme cloud native s'appuie sur une architecture ouverte et modulaire pour des performances inégalées en matière de diffusion de vidéos haut de gamme, de gestion de cas d'utilisation complexes et d'adaptation à des millions de téléspectateurs.

Quickplay propose des sports immersifs, des expériences en direct et des divertissements personnalisés sur n'importe quel écran, n'importe où !

GUIDE DE L'ACHETEUR 2024

Découvrez comment Quickplay peut innover dans votre activité de streaming aujourd'hui et pour l'avenir. Contactez-nous à bonjour@quickplay.com.

R.

Forum RIST

États-Unis

C : Suzana Brady
Tél. : +1 217 344 1243
E: suzana@rist.tv

www.rist.tv

Haut débit

S

Groupe d'innovation en communications satellitaires

île de Man

C : Hélène Weedon
Tél. : +44 01570 434632
E: info@satig.space
satig.space
Satellite

Satcube

Suède

C : L'équipe Satcube
Tél. : +46 31 701 05 00
E-mail : sales@satcube.com
www.satcube.com
Satellite



Setplex

États-Unis

C : Karl Tempest-Mitchell
Tél. : +1 855-738-7539
E: sales@setplex.com
www.setplex.com
Haut débit

Setplex est une entreprise de technologie de diffusion vidéo au service clients dans le monde entier avec simple, puissant et évolutif Solutions OTT.

Nos solutions incluent :

- Nora : middleware
- Settrix : transcodateur
- Streampool : CDN
- Analytix : surveillance et analyse
- Nora GO : applications multi-écrans

Depuis 2006, nous sommes pionniers dans le secteur de l'OTT/IPTV, redéfinissant continuellement la façon dont la vidéo est gérée et consommée.

Aujourd'hui, nous élargissons rapidement notre présence mondiale, en servant plus de 10 millions d'abonnés en plus de 20 marchés à travers le Amériques, Europe, Asie, Afrique et Moyen-Orient, avec des équipes sur tous les continents.

Avec plus de 65% de nos effectifs Consacré à la R&D, l'innovation est le moteur de nos opérations, assurant notre position à l'avant-garde de l'actualité industrie du streaming en évolution.

Apprenez-en davantage sur

www.setplex.com.

Simplestream Ltd

Royaume-Uni

C : Lewis Arthur
Tél. : +44 020 7930 7809
E: marketing@simplestream.com
www.simplestream.com
Haut débit

SipRadius

États-Unis

C : Dustin Cowan
Tél. : +1 954 629 3406
E: sales@sipradius.com
www.sipradius.com
Haut débit

Sofia Digital Ltd

Finlande

C : Juho Mayrånää
Tél. : +358 505225420
E : juho.mayranpaa@sofiadigital.com
www.sofiadigital.com
Satellite, câble, haut débit

Association de données spatiales

île de Man

C : Rachel Beattie
Tél. : +33 0178975558
E: member@space-data.org
www.space-data.org/sda/
Satellite

Spyrosoft BSG

Pologne

C : Damien Maicher
Tél. : + 48 795 945 870
E-mail : office@bsgroup.eu
bsgroup.eu
Haut débit

ST Ingénierie iDirect

États-Unis

C : Stacey Cash
Tél. : +1 703 648 8000
E: info@idirect.net
www.idirect.net
Satellite

Starfish Technologies Limitée

Royaume-Uni

C : Peter Blatchford
Tél. : +44 07779287461

GUIDE DE L'ACHETEUR 2024

E: pete@starfish.tv
www.starfish.tv

Satellite, câble, haut débit

Synamédia

Royaume-Uni
 C : Brook Longdon
 Tél. : +1 855 605 8390
 E: sales@synamedia.com
www.synamedia.com
 Haut débit

I

Systèmes vidéo TAG

Israël
 C : Ilana Tchenko
 Tél. : +33 186269415
 E-mail : ilana@tagvs.com
tagvs.com
 Haut débit

Techex

Royaume-Uni
 C : Russell Trafford-Jones
 Tél. : +44 1628947717
 E: sales@techex.co.uk
techex.co.uk
 Haut débit

Groupe Technologique srl

Argentine
 C : Alejandro Russo T :
 +54 01147422658
 E: arusso@technologie-groupe.com.ar
technologie-groupe.com.ar
 Satellite, Haut Débit

Télédiffusion

États-Unis
 C : Bryn McFadden T :
 +1 (530) 470 1300 E :
bryn.mcfadden@telestream.net
www.telestream.net/home.htm
 Satellite, câble, haut débit

TGG

Canada
 C : Jérémie Simon
 Tél. : +1 6478673234
 E: jeremysimon47@gmail.com
goalgetters.com
 Haut débit

PensezAnalytics

Royaume-Uni
 C : Charlie Young
 Tél. : +44 1415 723 030
 E : cyoung@thinkanalytics.com
www.thinkanalytics.com
 Satellite, câble, haut débit

Tulix

États-Unis
 C : Nino Doijashvili
 Tél. : +1 404 936 5656
 E: nd@tulix.com
tulix.com
 Haut débit

V

Vélocix

Royaume-Uni
 C : Neil Sharpe
 Tél. : 44 020 8798 3603
 E: contactus@velocix.com
www.velocix.com
 Satellite, câble, haut débit

Veset

Lettonie
 C: Lelde Ardava
 Tél. : +44 020 8123 4916
 E: info@veset.tv
www.veset.tv
 Haut débit

Viaaccess-Orca

France
 C : Atika Boulgaz
 Tél. : +33 647569726

E: atika.boulgaz@viaaccess-orca.com
viaaccess-orca.com
 Haut débit

VueLift

États-Unis
 C : Manushi Nautiyal
 Tél. : +91 9811977897
 E : marketing@viewlift.com
www.viewlift.com
 Haut débit

VueLift

États-Unis
 C : Manushi Nautiyal
 Tél. : +91 9811977897
 E: marketing@viewlift.com
www.viewlift.com
 Haut débit

Viewtorch Photos Médias

Royaume-Uni
 C : Paul Craig
 Tél. : 020 8909 2635
 E: info@viewtorchpictures.com
www.viewtorchpictures.com Haut
 débit

VISTECC

Allemagne
 C : Sasa Veljkovic
 Tél. : +49 1712224468
 E-mail : sasa@vistecc.com
www.vistecc.com
 Satellite, câble, haut débit

VisualOn

États-Unis
 C : Savi Shi
 Tél. : +1 4086456618
 E: savi@visualon.com
www.visualon.com
 Haut débit

GUIDE DE L'ACHETEUR 2024

Vizrt

Norvège

C : Isabelle Bertazi

Tél. : +44 07375601959

E: ibertazi@vizrt.comwww.vizrt.com

Haut débit

WAvec

États-Unis

C : Noémie Galabru

Tél. : +1 934-799-0121

E : noemie.galabru@witbe.netwww.witbe.net

Haut débit

X**XPERI**®Xpéri

Mondial

E: getconnected.emea@xperi.comxperi.com

Satellite, câble, haut débit

Xperi invente, développe et propose des technologies qui permettent des expériences extraordinaires.

Les technologies Xperi, délivrées via ses marques et partenariats (DTS®, HD

Radio™, TiVo®), et par sa startup

Perceive, et IMAX Enhanced, un

partenariat IMAX et DTS, sont

intégrées

en milliards de consommateurs

appareils et plateformes multimédias

dans le monde entier, alimentant les

appareils intelligents, les voitures connectées et

expériences de divertissement.

Xperi a créé un écosystème unifié

qui atteint des consommateurs très

engagés, générant ainsi une valeur

accrue pour les partenaires

et les clients.

XroadMedia

L'Autriche

C : Tom Dvorák

Tél. : +44 7876 643452

E-mail : tom@xroadmedia.comwww.xroadmedia.com

Haut débit

ZZixi

États-Unis

C : John Wascoat

Tél. : 1-781-890-9690

E: info@zixi.comzixi.com

Haut débit

Zixi fournit une solution définie par logiciel

basée sur le cloud et sur site

Plateforme vidéo (SDVP®) qui

permet une diffusion fiable-

diffusion vidéo de qualité sur n'importe quel

réseau IP, n'importe quel protocole, n'importe

quel fournisseur de cloud et n'importe quel

appareil de périphérie. La société propose

des technologies aux diffuseurs, aux

entreprises, aux fournisseurs de vidéo over-the-

top, aux ligues sportives, aux

fournisseurs de services, aux câblo-

opérateurs et aux opérateurs de télécommunications du monde entier.

monde, leur offrant le coût total de possession le plus bas du secteur.

De nombreux clients de Zixi diffusent et

gèrent des milliers de flux,

et il n'y a pas d'autre alternative

sur le marché qui peut fournir une fiabilité

de plus de 99,999 % à grande échelle.

Zixi simplifie la création et la

gestion de routes vidéo en direct sensibles

aux encombrements sur n'importe

quel réseau, avec la prise en charge

de 18 protocoles dans

n'importe quel environnement

d'exploitation, avec des produits

spécialement conçus pour offrir des

performances de pointe sur le marché,

une interopérabilité universelle et un

plan de contrôle opérationnel qui simplifie la ge

et orchestration à grande échelle.

Avec plus de 15 ans d'innovation et

d'expertise, le Zixi Enabled

Le réseau s'est étendu à plus de

Plus de 1400 clients médias

et plus de 400 OEM et services

fournisseurs qui diffusent plus de

20 000 chaînes par jour, avec plus de

110 000 instances déployées dans plus

de 120 pays, collectant plus de 9

milliards de points de données par

jour tout en diffusant plus de 100 000

événements sportifs en direct par

an. Ce puissant écosystème

regroupant les plus grandes

organisations médiatiques du monde échangea en direct

la vidéo permet la création

et accélération des nouveaux contenus

acquisition, modèles commerciaux et

opportunités de réduire les coûts et de

générer des revenus.



13-16
SEPTEMBRE
2024
RAI
AMSTERDAM

REDÉFINIR PRINCIPAL MÉDIA INNOVATION

INSCRIVEZ-VOUS MAINTENANT SUR [SHOW.IBC.ORG](https://show.ibc.org)
#IBC2024

LE PREMIER ÉVÉNEMENT MÉDIAS ET TECH AU MONDE