

LE MULTIMEDIA À L'HEURE de la convergence

Les fournisseurs de solutions multimedia ne sont plus seuls à proposer des plates-formes de divertissement innovantes. En se positionnant sur la technologie IP, les spécialistes des télécommunications les ont aujourd'hui rejoints. Chacun rivalise désormais afin d'offrir des solutions toujours plus foisonnantes. Tour d'horizon des quatre grandes tendances actuelles : convergence, contenu, connectivité et 100% HD.

La convergence :

Les spécialistes des solutions multimedia comme Quadriga, Locatel ou Acentic avaient depuis longtemps ajouté l'accès Internet et WiFi à leurs offres de divertissement. Aujourd'hui, ce sont les fournisseurs d'accès Internet qui font le chemin inverse. En rachetant les droits intellectuels et la technologie de Broadcast Avenue, qui équipe certains palaces parisiens, Swisscom s'est doté d'un savoir faire unique pour offrir à ses clients la dernière avancée technologique : le multimedia sur IP (Internet Protocol). Ce nouveau nec plus ultra ouvre l'ère de la convergence des technologies - télévision, vidéo à la demande (VOD), téléphonie, Internet. Au Royaume-Uni ou aux Etats-Unis, le mouvement est similaire. Pour jouer dans la cour du divertissement hôtelier, Ibahn a mis la main sur ETV Interactive et Roomlinx a lancé sa propre plate-forme multimedia.

Le monde des télécoms fait bouger les frontières. Dans le grand public, les offres Triple Play se multiplient. Cette convergence

touche maintenant le monde hôtelier. Quadriga et Locatel avaient déjà commencé à amorcer ce virage. L'offre IP TV de Swisscom Hospitality arrive sur le marché ce mois-ci. Bientôt commercialisée, elle apportera une sérieuse plus value à côté de Guestroom 2.0, l'offre Internet qualitative que le groupe suisse a déployé jusqu'à maintenant, et avec succès, dans 1 100 hôtels, la moitié de ces hôtels partenaires.

L'avantage de la technologie IP réside également dans ses perspectives d'avenir. Car ce système peut potentiellement tout faire. "Nous pouvons envisager de proposer une offre IP pour la gestion de l'ensemble des services de l'hôtel : accès chambre, minibars, gestion de l'énergie, caméra de surveillance", explique Stéphane Coasne. Une interlocuteur unique, un véhicule technique unique : Swisscom travaille à la mise en place d'une solution complète de management de réseau Network Management Services.

Mais cette technologie est gourmande. Le besoin en bande passante est de plus →

MULTIMEDIA AT THE TIME of convergence

Multimedia solutions providers are no longer the only ones to propose platforms for innovative entertainment. Positioned on IP technology, telecommunications specialists have joined them. Today they rival one another with offers that are increasingly bountiful. The four major trends: convergence, contents, connectivity and 100% HD.

Convergence:

Multimedia solutions specialists such as Quadriga, Locatel or Acentic had long made Internet access and WiFi part of their entertainment offer. Today, Internet access suppliers are doing the opposite. By buying the intellectual rights and technology of Broadcast Avenue which outfits certain Parisian palaces, Swisscom acquired a unique savoir faire in order to supply its clients with the latest technological breakthrough: multimedia over IP (Internet Protocol). This new latest best opens the era of technological convergence - television, video on demand (VOD), telephone, Internet. In the United

Kingdom and in the United States, there is a similar trend. In order to participate in hotel entertainment, Ibahn got hold of ETV Interactive and Roomlinx launched its own multimedia platform.

Multimedia over IP opens the era of technological convergence - television, VOD, telephone, Internet

The telecom world is redefining boundaries. In the general public, the Triple Play offers are multiplying. This convergence currently reaches the hotel world. Quadriga and Locatel had already begun to enter this curve. The IP TV offer from Swisscom Hospitality will enter the market this month. Available soon, it will bring a serious added value alongside Guestroom 2.0, the qualitative Internet offer made available by the Swiss →



→ en plus important, nécessitant une grande maîtrise dans la gestion de ces “tuyaux” stratégiques. “Nous nous appuyons sur la force d’un des premiers groupes télécom en Europe et une vraie expérience dans le domaine de la vidéo conférence”, précise Stéphane Coasne de Swisscom. David Chevènement, directeur marketing et commercial de Locatel, préconise le recours à des fournisseurs ayant une expérience en matière de vidéo sur IP. “Grosse consommatrice, la vidéo est sensiblement plus difficile à faire fonctionner sur IP pour obtenir une qualité optimale”, prévient-il comme Locatel ou Swisscom, Quadriga cherche à constamment optimiser la gestion de la bande passante afin

de la moduler au mieux en fonction des besoins de la clientèle de l’hôtel.

Objectif : éviter les ruptures de service préjudiciables. Quadriga surveille et maintient en permanence son parc équipé de la solution Genesis avec son Network Operating Center (NOC). “Ce réseau pilote à distance l’ensemble des installations européennes”, insiste Jean-Philippe Delouis, président de Quadriga France. Le NOC permet ainsi d’intervenir à distance sans que l’hôtel le sache

ou d’identifier les risques – par exemple, une carte interactive qui présente des faiblesses - pour résoudre le problème avant que l’hôtelier ne s’en aperçoive.

La haute définition :

En à peine quelques années, l’hôtellerie est passée de l’ère du cathodique/analogique au tout numérique sur écran LCD. “Ce qui permet une amélioration aussi bien qualitative que quantitative de l’offre”, constate Jean-Philippe Delouis. En effet, l’offre de chaînes explose et se compte en centaines là où elle se résuait à une trentaine quelques années auparavant. Dans ce foisonnement, les fournisseurs se voient dans l’obligation de segmenter l’offre.

Dans ce foisonnement, les fournisseurs se voient dans l’obligation de segmenter l’offre

Avec son offre IP, Swisscom va mettre en place un système qui va permettre de piloter le plan de chaînes dès le check-in à la réception de l’hôtel. Ainsi, dès son arrivée, le client pourra trouver les chaînes dans sa langue en premier dans la sélection. Autre solution : avec sa Digital TV, Quadriga a mis en place le système “cut & slice”, à savoir un tri par langue ou par type de programme. Avantage de la solution numérique : “grâce à des statistiques sur le visionnage des

→ group until now, and successfully, in 1,100 hotels, meaning half of its hotel partners.

The advantage of IP technology also lies in its perspectives for the future, because this system has the potential to do everything. “We can consider offering IP for managing all hotel services: room access, minibars, energy management, video surveillance,” remarks Stéphane Coasne. A single interlocutor, a single technical vehicle: Swisscom is working to implement a complete network management solution: Network Management Services.

But such technology is demanding. The need for bandwidth is increasingly important and requiring great mastery for managing these strategic pipelines. “We rely on the strengths of one of the top telecom groups in Europe and real experience in the field of video conferencing,” explains Stéphane Coasne of Swisscom. David Chevènement, marketing and commercial director of Locatel, recommends using suppliers with experience in video over IP. “A big consumer, it is sensibly more difficult to obtain optimal quality using video over IP,” he warns.

Like Locatel or Swisscom, Quadriga is constantly looking to optimize bandwidth management in order to modulate it better with respect to the needs of the hotel’s clientele. The goal: to avoid detrimental breaks in service. Quadriga surveys and permanently keeps its inventory outfitted with the Genesis solution with its Network Operating Center (NOC). “This network makes it possible to pilot all the European installations at a distance,” Jean-Philippe Delouis, president of Quadriga France.

The NOC thus makes it possible to take action at a distance without the hotel even knowing, or identify risks, such as an interactive card that shows some weaknesses, and resolve the problem before the hotelier even realizes there as one.

High definition:

In just a few years, the hotel industry moved from the cathodic ray tube /analog age to all-digital on an LCD screen. “This allows for both a qualitative and quantitative improvement of the offer,” observes Jean-Philippe Delouis. In fact, the number of stations has exploded and may now be counted in hundreds whereas it was limited to thirty or so just a few years earlier. With this abundance, suppliers feel obliged to segment the offer. With its IP offer, Swisscom will implement a system that will make it possible to pilot the

The number of stations has exploded. With this abundance, suppliers feel obliged to segment the offer

offering right at check-in. Thus, upon arrival, the guest will find stations in his language listed first in the selection. Another solution: with its Digital TV, Quadriga has implemented the “cut & slice” system which is able to sort by language or type of program. Advantage of the digital solution: “thanks to viewer statistics for stations, we are able to act as a consultant to help the hotelier optimize his bouquet of channels with respect to his clientele mix,” explains the president of Quadriga France.

Next stage: Full HD or HD Ready. The renewal of the television supply is fairly advanced and today most hotels are ready for high definition, ready to fully benefit from all-digital solutions. Samsung and Phillips, among others, are →

→ chaînes, nous jouons le rôle de consultant pour aider à l'hôtelier à optimiser son bouquet de chaînes en fonction de son mix clientèle", explique le président de Quadriga France.

Prochaine étape : le Full HD ou le HD Ready. Le renouvellement du parc de télévision est largement avancé et la plupart des hôtels sont aujourd'hui prêts pour la haute définition, prêts pour profiter pleinement des solutions tout numérique. Samsung et Phillips, entre autres, mettent sur le marché des écrans toujours plus plats, toujours plus design. Particularité de ces téléviseurs : une résolution impeccable. Cette révolution HD favorise l'écllosion

Particularité de la révolution HD des nouveaux téléviseurs, favoriser l'écllosion d'offres nouvelles

d'offres nouvelles. Ainsi Swisscom affiche du HD en pleine résolution. Un tiers de programme sont disponibles en HD et la totalité devrait l'être d'ici la fin de l'année. La définition parfaite apporte une qualité d'image qui permet aujourd'hui de surfer sur Internet avec le même confort visuel que sur un écran d'ordinateur. Mi-2008, Locatel va lancer son nouveau produit organisé autour d'un PC virtuel. Le client disposera d'un clavier sans fil lui permettant de se balader sur Internet à partir du portail de contenu que Locatel est en train de mettre en place. "Un peu comme Yahoo ! à ses débuts, nous centrons notre produit sur le contenu. Nous souhaitons élargir l'audience à des publics différents du cœur de cible habituel des solutions interactives. Ce qui nécessite un gros travail de référencement", avoue David Chevènement.

L'offre de Locatel est un condensé d'Internet et de divertissement accessible à partir de différents espaces : la bureautique, la communication (téléphonie, mails), les jeux, les rencontres (Facebook, Msn), les

télévisions, la VOD. Cette solution fera la part belle à l'information, plébiscitée par les clients hôteliers, avec l'accès au fil news de 200 grands média. A travers ce portail, l'hôtel pourra également mettre en avant ses partenaires et diriger ses clients vers leurs sites Internet.

Le contenu :

Une programmation idéale permet à l'hôtelier d'atteindre un revenu mensuel de 30 à 35 euros par chambre occupée. Et, dans une offre toujours plus foisonnante, le contenu reste plus que

jamais le nerf de la guerre. Un terrain sur lequel les fournisseurs de solutions multimedia s'activent pour s'octroyer la panacée de la VOD: les blockbusters hollywoodien. En préparation de son offre IP TV, Swisscom Hospitality s'est assuré les dernières nouveautés d'UIP (Dreamworks, Paramount, Universal). Déjà partenaire d'UIP, Locatel s'est allié à Filmbank, distributeur de Sony Pictures, Touchstone, MGM. A la clé, 240 films en VOD et 60 nouveaux films par an. Quadriga est allé plus loin en signant un partenariat exclusif avec la Fox en plus d'UIP, Filmbank et Canal Plus. "C'est la première fois qu'une signature en direct a lieu entre un →

→ putting flat screens on the market that are increasingly flat and increasingly stylish. Particularity of these televisions: impeccable resolution. This HD revolution favors the arrival of new offers. Thus Swisscom is able to offer HD with full resolution. One-third of programs are now available in HD and all of them should be by the end of the year.

Perfect definition means a quality of image that makes it possible to surf on Internet with the same visual comfort as on a computer screen. Mid-2008, Locatel will launch its new product organized around a virtual PC. The guest will have a wireless keyboard that allows him to surf on Internet from the contents portal that Locatel is currently implementing. "A bit like Yahoo! We are first concentrating our product on the contents. We would like to expand our audience to different publics in the usual core target of interactive solutions. This requires much referencing work," admits David Chevènement. Locatel's supply is a condensation of Internet and entertainment that is accessible from different spaces: office automation, communication (telephony, email), games, meeting

via VOD and 60 new films a year. Quadriga went further by signing an exclusive partnership with Fox in addition to UIP, Filmbank and Canal Plus. "It is the first time a direct signature took place between a multimedia supplier and a Hollywood studio," rejoices Mr Delouis. Conclusion of this alliance: the guarantee that Quadriga will be able to offer its customers the latest Fox films in several languages.

(Facebook, MSN), televisions, VOD. It will highlight the news, favored by hotel clients, with access to the newswire of 200 major media sources. Through this portal, the hotel will also be able to highlight its partners and direct its clients to their websites.

The contents:

Ideal programming allows the hotelier to achieve monthly revenues of 30 to 35 euros per room occupied. And, in an increasingly abundant offer the contents have never been more important. One area where multimedia solutions suppliers are busying themselves to vouchsafe the panacea of VOD is Hollywood blockbusters. In preparing its IP TV offer, Swisscom Hospitality ensured its access to the latest UIP releases (Dreamworks, Paramount, Universal). Already a partner of

UIP, Locatel joined forces with Filmbank, a distributor for Sony Pictures, Touchstone, MGM. The result: 240 films

via VOD and 60 new films a year. Quadriga went further by signing an exclusive partnership with Fox in addition to UIP, Filmbank and Canal Plus. "It is the first time a direct signature took place between a multimedia supplier and a Hollywood studio," rejoices Mr Delouis. Conclusion of this alliance: the guarantee that Quadriga will be able to offer its customers the latest Fox films in several languages.

While the VOD bestseller continues to be adult films - Locatel is preparing to segment its offer by theme (black, gay...) - another major trend is emerging: the multiplication of short programs. "We are going to further complete our offer in the "way of life" direction," explains the president of →



→ fournisseur multimedia et un studio hollywoodien”, se félicite Jean-Philippe Delouis. Conclusion de cette alliance : la garantie pour Quadriga d’offrir à ses clients les films les plus récents de la Fox, disponibles en plusieurs langues.

Si le best seller de la VOD reste le film pour adultes - Locatel s’appête d’ailleurs à thématiser son offre (black, gay...) - un autre tendance lourde émerge : la multiplication des programmes courts. “Nous allons encore étoffer notre offre dans l’esprit way of life”, explique le président de Quadriga France. Swisscom Hospitality confie la réalisation de programmes aventure, découverte ou gastronomie en haute définition à Tangerine, une société de production extérieure. Locatel accroît sa gamme de programmes jeunes en la segmentant par âge : 6-10 ans, 10-14 ans, 14-16 ans.

Les hôtels peuvent utiliser le contenu multimedia comme produit d’appel. Ainsi aux Etats-Unis, Sheraton a passé un accord avec la chaîne Showtime pour offrir en avant première-gratuitement à ses clients des séries à succès Brotherhood, the Tudors ou Dexter. Le sport est aussi très attractif. Toujours aux Etats-Unis, le client est prêt à payer pour un journée complète de football américain. Hyatt Place a lancé un package sport à 10 ou 20 \$ comprenant la journée de NFL avec une pizza et deux grandes boissons en plus d’un early check-in.

La connectique :

De plus en plus de chaînes hôtelières mettent en avant leur connectivité. All Seasons notamment, mais aussi Hyatt Place avec son Hyatt Plug Panel ou Aloft qui joue à fond la carte la carte du “plug & play”. Offrir à son client la possibilité de connecter son équipement informatique à la télévision haute dé-

finition devient une évidence. Autant pour l’hôtelier que pour le client. “Il l’attend. La connectivité est maintenant incontournable”, prévient Stéphane Coasne. En effet, de plus en plus nomade, le voyageur d’affaires comme de loisirs ne se balade plus sans sa panoplie du parfait geek : ordinateur dernier cri, appareil photo ou caméra numérique, Ipod, DVD portable... Pour répondre à cette nouvelle attente, les professionnels lancent des boîtiers de connection externes ou l’intègrent directement à la télévision. Philips a fait du “connectivity panel” le point fort de sa gamme Hotel Ambilight. Mais n’y a-t-il pas un risque de concurrence ou de cannibalisation avec les solutions multimedia ?

→ Quadriga France. Swisscom Hospitality entrusts the realization of high definition adventure, discovery or gastronomy programs to Tangerine, a production company. Locatel is increasing its range of programs for young people and breaking it down by age group: 6-10 years, 10-14 years, 14-16 years.

Hotels are able to use the multimedia contents as a loss leader. In the United States Sheraton set an agreement with the channel Showtime to offer its guests preview episodes of its successful series Brotherhood, The Tudors and Dexter. Sports also have a strong appeal. Again in the United States, guests are ready

to connect their computer to the high definition television is becoming obvious. For the hotelier and for the guest alike. “He expects it. Connectivity is now unavoidable,” warns Stéphane Coasne. In fact, business and leisure travelers alike are increasingly nomadic and no longer go around with out all the accoutrements of the perfect geek: state of the art computer, digital camera, Ipod, portable DVD... To satisfy this new expectation, professionals are launching external connection panels or integrating them directly into the television. Philips has made its “connectivity panel” the strong point of its Hotel Ambilight range. But isn’t there a risk of competition



“Nous ne sommes pas là pour vendre du film à tout prix, mais pour que l'utilisateur soit satisfait”, explique David Chevènement. La Haute Définition peut également devenir le cheval de Troie du divertissement en chambre. “Il sera toujours plus agréable de regarder le dernier blockbuster en haute définition sur un bel écran que sur un ordinateur”, remarque Jean-Philippe Delouis. Or, comme le constate David Chevènement, “le contenu est avant tout un achat d’impulsion”. ■

to pay for a full day of American football. Hyatt Place launched a sports package for \$10 or \$20 including the NFL day with a pizza and two large beverages and early check-in.

Connection technology:

Hotel chains are increasingly highlighting their “connectivity”. All Seasons in particular, but also Hyatt Place with its Hyatt Plug Panel and Aloft which gets the most out of plug & play. Offering guests the possibility

or cannibalization with multimedia solutions? “We are not here to sell a movie at all costs, but to satisfy the user,” explains David Chevènement. High definition may also become the Trojan Horse of in-room entertainment. “It will always be more pleasant to watch the latest blockbuster in high definition on a nice screen than on a computer,” remarks Jean-Philippe Delouis. And yet, as David Chevènement observes, “the contents are first and foremost the result of impulse buying.” ■