

À la Une : France Télévisions socialise Pluzz et lance Salto, nouveau service de reprise du direct sur TV connectée	1
À la Une : L'association France Digitale se lance	2
L'actualité de la semaine : Médias	2
Régies	5
Marchés.....	6
Institutionnel	8
En mouvement	8

Retour de Campagne : Spin Interactive promeut la contraception de rattrapage pour HRA Pharma.....	11
Le Tour de la Question : Kiosques numériques : panorama des acteurs et positions des éditeurs (1/2)	12-14
Des Pixels et des Hommes : Marc Feuillée, directeur général du groupe Le Figaro	15
Agenda - Visual Thinking	16
Audiences internet - Bulletin d'abonnement	17

À LA UNE

France Télévisions socialise Pluzz et lance Salto, nouveau service de reprise du direct sur TV connectée

Rémy Pfmilin, PDG de France Télévisions, et Bruno Patino, directeur général délégué au développement numérique et à la stratégie, ont présenté mardi 3 juillet le lancement d'un nouveau service, **Salto, pour visionner du début un programme diffusé en direct sur télévision connectée**, ainsi que de nouveaux développements pour son service de rattrapage. La nouvelle plate-forme, baptisée francetvpluzz, regroupe l'ancien Pluzz.fr, qui permet de revoir gratuitement les programmes jusqu'à sept jours après leur diffusion à l'antenne, PluzzVàD, le site de vidéo à la demande du groupe lancé début mai (lire [Satellinet n°107](#)), et propose également la télévision en direct. Surtout, **Pluzz intègre désormais l'Open Graph de Facebook, permettant de partager automatiquement les programmes avec ses amis**. Par ailleurs, une interface, développée par **Mesagraph** et qui repose sur une analyse sémantique des conversations portant sur les programmes de France Télévisions sur Twitter, **propose automatiquement à l'internaute les contenus les plus souvent cités sur le réseau social ou les plus regardés** au moment où l'internaute consulte la plate-forme. « Les téléspectateurs souhaitent de plus en plus interagir avec nos marques. Il s'agit d'une tendance de fond qui touche l'ensemble des médias et qui constitue une opportunité pour le service public », a indiqué Remy Pfmilin.

Le service actuel Pluzz, qui totalise 2,9 millions de VU mensuels (+ 65 % en un an) et 43,3 millions de vidéos lues par mois sur tous les supports (Médiamétrie, mai 2012, soit + 46 % en un an), génère 14,7 millions de visites (+ 93 %), dont un tiers sur mobile. « **On entre dans un processus d'hyperdistribution". Il faut développer nos programmes et nos contenus sur tous les supports** pour être au contact du public, car ce marché n'est pas basé sur la demande mais sur la recommandation et le hasard », souligne Bruno Patino. Quelques pré-rolls sont commercialisés par la régie interne du groupe, mais la monétisation du dispositif n'est pas une priorité dans l'immédiat. Le design de la plate-forme a été réalisé par les agences **Quatre** (fondée en 2002 par Grégori Vincens, Antoni Bellanger et Bertrand Reguron) et **playgrnd** (fondée fin 2010 par Erwan Gringoire). Les sociétés **DVMR** et **Hexaglobe** (cette dernière fondée en 2004 par Franck Coppola et Pierre-Alexandre Entraygues) sont intervenues pour l'encodage et la diffusion des vidéos. **Brainsonic** est intervenu en réalisant plusieurs formations sur

Facebook et par une recommandation complète sur le nouveau Pluzz. Concernant son travail sur l'Open Graph, **l'attention a été mise sur le bandeau social en bas de page** — qui accompagne l'utilisateur tout au long de sa navigation après avoir installé l'application — et la possibilité de personnaliser facilement les partages des internautes. Autre particularité, la **possibilité de voir lesquels de ses contacts Facebook utilisent l'application** et de découvrir les programmes qu'ils ont regardés.

La nouvelle plate-forme francetvpluzz a été développée par **Dsquare, agence digitale du groupe Niji**. Disponible sur les box des principaux FAI, elle sera prochainement disponible sur **Dailymotion** via une version adaptée, et dans quelques semaines sur la TV connectée **Samsung**, un support sur lequel, plus généralement, France Télévisions fonde beaucoup d'espoirs. Parallèlement aux développements de Pluzz, le groupe a en effet annoncé la mise en place immédiate d'une nouvelle offre de rattrapage en direct. Baptisé **Salto**, le dispositif permet au téléspectateur de reprendre du début un programme en cours de diffusion. Le service est **accessible de 20h à minuit à partir de la TNT sur les télévisions connectées**. En France, le parc est estimé par les constructeurs à 2,5 millions de télévisions connectées à fin 2012, pour 200 000 à 300 000 utilisations, des indicateurs difficilement vérifiables. L'ensemble des dispositifs techniques de Salto a été réalisé par le groupe **TDF**, qui développe une plateforme hertzienne multi-formats et multi-supports pour gérer et distribuer les contenus vidéo, audio et data. « Concrètement, le dispositif suppose la captation du programme en direct, puis son enregistrement et sa découpe avant son encodage et la mise à disposition via nos CDN internes déployés sur tout le territoire français. Le procédé se déroule en temps réel », indique **Muriel Sangouard, directrice du développement de la division TV de TDF**, interrogée par *Satellinet*. D'autres nouvelles fonctionnalités de navigation (avance et retour rapide, mise en pause) devraient être accessibles prochainement. Le projet a été initié en janvier par TDF (1,44 milliard d'euros de CA en 2011) et a mobilisé l'équivalent d'une douzaine de temps pleins au sein du groupe. Le dispositif est facturé à France Télévisions via une partie forfaitaire pour le travail réalisé, et une partie variable — qui devrait constituer la majorité des revenus issus de ce projet — dont le montant sera fonction du volume de bande passante utilisée. ■