

Thomson dévoile TAK Interactive Television

Jérôme Bouteiller

05 décembre 2000 à 00h00

En partenariat avec Microsoft, le constructeur français Multimedia dévoile ses téléviseurs TAK, équipés pour la TV interactive et l'internet à domicile

Après 18 mois de développement, la société TAK, filiale à 70% de TMM et à 30% de Microsoft, dévoile sa nouvelle ligne de téléviseurs interactifs équipés pour l'internet. Cette nouvelle gamme de téléviseurs sera lancée en France à partir de février 2001. Les terminaux, qui seront légèrement plus chers que des TV traditionnelles, seront équipés d'un modem 56k et d'une solution complète de services interactifs. TAK se décompose en 3 modules. D'une part, des services "diffusés" sur les canaux télétexte par les chaînes TV classiques, permettant d'avoir quelques infos complémentaires pour un programme normal ou une publicité, à condition que la chaîne ait exploité ce canal. D'autre part, des services en ligne, assimilables à un portail TAK, regroupant de l'information, une messagerie, des jeux ou un guide TV, dans un environnement complètement verrouillé par TMM mais s'appuyant sur des protocoles internet (HTML, etc...). Enfin, un accès ouvert à l'ensemble du Web. "TAK est une évolution naturelle pour la télévision, pas une révolution" indique Jim MEYER, VP de Thomson Multimedia. Le lancement de TAK est donc une mauvaise nouvelle pour les constructeurs de "boîtier" internet type NetGem puisqu'il rend inutile leurs produits. Mais TAK est aussi une très mauvaise nouvelle pour les fournisseurs d'accès type LibertySurf puisque TAK dispose de sa propre connexion internet gratuite, non reconfigurable. Néanmoins, TAK n'intègre pas encore l'ADSL ou le câble et dispose d'une modularité relativement faible par rapport à un PC (pas de disque dur, pas d'imprimante, etc...). TAK vise véritablement le grand public, et mise sur un dizaine de connexions internet par semaine et par domicile. Après le règne des constructeurs informatiques ou des opérateurs, le projet TAK pourrait marquer la montée en puissance des constructeurs de terminaux, soucieux de répondre véritablement aux besoins du grand public. Près de 28 millions de téléviseurs sont vendus chaque année en Europe et TMM entend bien faire de TAK l'un des principaux moyens d'accéder aux services interactifs, quitte à faire de l'ombre à AOL ou Vizzavi...

<https://www.clubic.com/actualite-40730-.html>

Téléviseurs TAK : Thomson se lance dans l'interactivité

Publié par Olivier Brusset le 1 janv. 2001

Issu d'un partenariat avec Microsoft, la gamme de téléviseurs offre, sans abonnement, l'accès à l'Internet et à des services interactifs.

Et si le poste de télévision était le média permettant enfin d'accéder à l'interactivité dont on nous parle depuis tant d'années. C'est en tout cas ce que semble penser Thomson multimédia en présentant sa nouvelle gamme de téléviseurs, Thomson TAK. Fruit d'une collaboration entre Thomson multimédia et Microsoft, au sein de la joint venture Tak (Thomson multimédia 70 %, Microsoft 30 %), cette gamme de douze références vise à mettre à la disposition de tous les consommateurs un accès immédiat à une offre de services pratiques et informatifs. Pour Jacques Thibon, son P-dg, « avec TAK, la convergence entre la télévision classique et l'Internet devient une réalité de masse ». Cette télévision communicante offre quatre types de services interactifs. Outre un guide des programmes permettant de visualiser toutes les émissions de la semaine d'un seul coup d'oeil, on trouve également une palette de services organisés en modules, fournis par des partenaires, tels que nouvelobs.com, elle.fr, Télérama, Les Echos ou Webcity. Des contenus issus des offres web de ces fournisseurs, mais mis à un format spécifique à la visualisation sur une télévision.

Accès direct au consommateur

Rien de très nouveau sous le soleil, ce type de service étant déjà proposé par les opérateurs satellitaires et câble. Mais TAK innove en offrant un accès internet et une messagerie électronique pour la famille sans abonnement. Chaque membre du foyer pouvant disposer d'une adresse e-mail pour écrire et lire ses messages, le téléviseur étant également équipé d'un clavier sans fil. Il n'est cependant pas possible de connecter une imprimante à cet appareil. Le courrier ne peut qu'être lu, stocké et archivé sur le serveur de TAK. Notons également que, si ce service est gratuit, il faut pour y accéder, se connecter au réseau téléphonique, au prix d'une communication locale, et remplir un questionnaire afin d'enregistrer son adresse électronique. Le moyen pour ce nouvel opérateur de service de créer une base de données marketing ? Non, si l'on en croit Jacques Thibon : « ces données sont confidentielles et ne seront pas utilisées à des fins marketing. » Enfin, dernière nouveauté, et peut être la plus prometteuse, dès mars 2001, un service d'interactivité avec le programme en cours sera ouvert. Testé sur la chaîne RTL9, ce service permet, lorsqu'au cours d'une émission, un signal d'interactivité apparaît sur l'écran de la télévision TAK (et seulement sur ce type de télévision), d'intervenir pour participer à un vote ou un jeu ou d'accéder à des informations complémentaires. Un service qui peut également s'appliquer à un spot de publicité, renvoyant au site web de l'annonceur ou permettant de remplir un questionnaire afin de recevoir des documentations ou des offres promotionnelles. Soit la possibilité pour un annonceur, d'avoir un accès direct au consommateur. La gamme de douze modèles de téléviseurs TAK sera lancée le 1er février 2001. Ils coûteront entre 5 490 francs et 14 990 francs. Le surcoût impliqué par les services interactifs étant compris entre 1 000 et 1 500 francs. La campagne de communication, presse et télévision durera quatre semaines et débutera en avril 2001. Avec cette offre, Thomson se lance résolument dans l'interactivité. Et compte également intégrer la future console de jeu vidéo X-Box de Microsoft dans ses futurs produits, téléviseurs comme lecteurs de DVD.

<https://www.e-marketing.fr/Marketing-Direct/Article/Televiseurs-TAK-Thomson-se-lance-dans-l-interactivite-6493-1.htm>

Téléviseur Tak interactive

Les nouveaux téléviseurs interactifs Thomson Tak permettent, très facilement et sans abonnement, d'envoyer et recevoir des e-mails, d'afficher un guide de programme, d'obtenir à tout moment des informations complémentaires sur les émissions en cours ou à venir, de profiter d'une interactivité avec les programmes, d'accéder à Internet et de bénéficier de multiples services d'information et de loisirs personnalisés. L'accès aux services est rendu possible grâce à l'intégration d'un module et d'un modem au coeur du téléviseur. L'interface des services est réalisée exclusivement sur la base de technologies Internet et des standards HTML du Web. Le clavier conçu spécifiquement pour piloter le téléviseur et naviguer au coeur des services, est particulièrement original et innovant : arrondi et ergonomique, il participe à la convivialité du système. Il est particulièrement utile dans l'exploitation des fonctions Internet et messagerie électronique.

<https://archive.apci-design.fr/realisation/3088.html>

Les Echos

TAK fait un flop et cesse ses activités

Publié le 26 mai 2003 à 1:01

TAK, la société spécialisée dans la télévision interactive analogique lancée conjointement par le français Thomson (80,6 %) et l'américain Microsoft (19,4 %), n'aura existé que trois ans. Ce système interactif basé sur le système d'exploitation Windows CE de Microsoft avait été intégré dans douze modèles de téléviseurs de marque Thomson. Le but était d'offrir la possibilité de surfer sur Internet et d'avoir accès à des services interactifs depuis son poste. Ces téléviseurs, mis en vente sur le marché français au début de 2001, devaient même être lancés en Allemagne l'année suivante. Doté de 16 millions d'euros de capitaux propres à sa création en 1999, TAK aura affiché des revenus très faibles : le chiffre d'affaires est passé de 100.000 euros en 2000, pour atteindre 1,148 million en 2001 avant de tomber à... zéro en 2002.

Entre 1999 et 2001, les comptes sociaux de TAK montrent des pertes cumulées de 46,58 millions d'euros. De son côté, Thomson qui détenait 70 % de la société, puis 80,6 % à la fin de 2001 suite à une augmentation de capital non souscrite par Microsoft, a affiché une perte d'exploitation pour sa filiale de 29 millions d'euros sur ces trois dernières années (dont 5 millions de coût de restructuration). Au terme de son dernier exercice, TAK a affiché une perte de 15 millions d'euros, et, au total, la société n'aura réussi à vendre que quelque dizaines de milliers de téléviseurs.

Reclassement du personnel

« Nous faisons évoluer TAK parce qu'il n'y a pas de marché de masse pour ce produit aujourd'hui, et que cela nous conduit à changer notre modèle économique », explique un porte-parole de Thomson. « *Mais c'est une réussite technologique, car nous avons beaucoup appris et progressé avec Microsoft*, ajoute Jean-Charles Hourcade, chief technology officer de Thomson. *Par ailleurs, les utilisateurs des services interactifs pourront toujours continuer à les utiliser.* »

Pour ce faire, l'activité liée à ces services a été transférée au fournisseur d'accès à Internet (FAI) Wanadoo. « *Cette initiative n'était que l'un des nombreux tests menés par Microsoft afin d'amener de l'interactivité sur les téléviseurs*, explique un porte-parole de Microsoft France. *Aujourd'hui, nous sommes plus concentrés sur le Windows XP Media Center Edition, un boîtier permettant, notamment, de lire les DVD ou d'enregistrer les programmes de télévision.* » En 2001, il avait été annoncé que le groupe britannique Carlton prendrait 3 % du capital de la société, pour 15 millions de dollars (12,8 millions d'euros). Mais l'opération ne s'est jamais réalisée. Valorisé jusqu'ici à 52 millions d'euros dans les comptes de Thomson, TAK a été déprécié à 1 million l'an dernier. La cinquantaine de personnes travaillant dans le joint-venture ont été majoritairement reclassées dans Thomson et Microsoft.

JAMAL HENNI ET EMMANUEL PAQUETTE

<https://www.lesechos.fr/2003/05/tak-fait-un-flop-et-cesse-ses-activites-666362>

Vidéo publicitaire ► <https://vimeo.com/9326730>

Caractéristiques ► <https://www.fnac.com/Thomson-28-WX-55-TAK/a1270851/w-4>