

Ébullition sur le marché de la vidéo à la demande

INTERNET

Une débauche d'innovations arrive sur le marché naissant de la vidéo à la demande. Les Français se tournent vers un usage via la TV par ADSL, plutôt que vers le téléchargement sur PC.

NeufTélécom, Alice, Club Internet, M6, Fnac.com, **Glowria**, Noos-Numericable, etc. Ces dernières semaines, tous ces acteurs ont annoncé leur arrivée sur le marché de la vidéo à la demande (VOD). Une effervescence spectaculaire pour un marché, le téléchargement ou la location d'un film, d'une vidéo ou d'un programme TV, encore dans l'enfance. Il existe depuis à peine un an en France et pèse quelques dizaines de millions d'euros.

Le groupe Canal Plus, leader du secteur avec sa plate-forme Canal Play, lancée en septembre 2005 sur le Web, puis sur la télévision pour les abonnés ADSL de Free, a enregistré en 2006 plus de 2 millions de commandes (en majorité via Free) sur un catalogue de 2.000 vidéos dont la moitié de films. Le numéro deux, Orange, revendique aujourd'hui 150.000 téléchargements par mois. Canal Plus et Orange étaient les seuls à proposer une offre à la fois pour PC (location ou achat, ce qui permet dans ce dernier cas de graver un DVD) et pour la télévision via ADSL (où il s'agit de visionner la vidéo louée). En revanche, plus de vingt plates-formes se sont lancées sur le Web : video.tv pour les documentaires, M6 avec un large choix de séries... Si ces jours-ci, le film *Camping* est au palmarès des ventes VOD, le cinéma représente moins de la moitié des catalogues. Programmes pour enfants, vidéos de concerts, clips de musique ou émissions TV constituent le gros des offres.

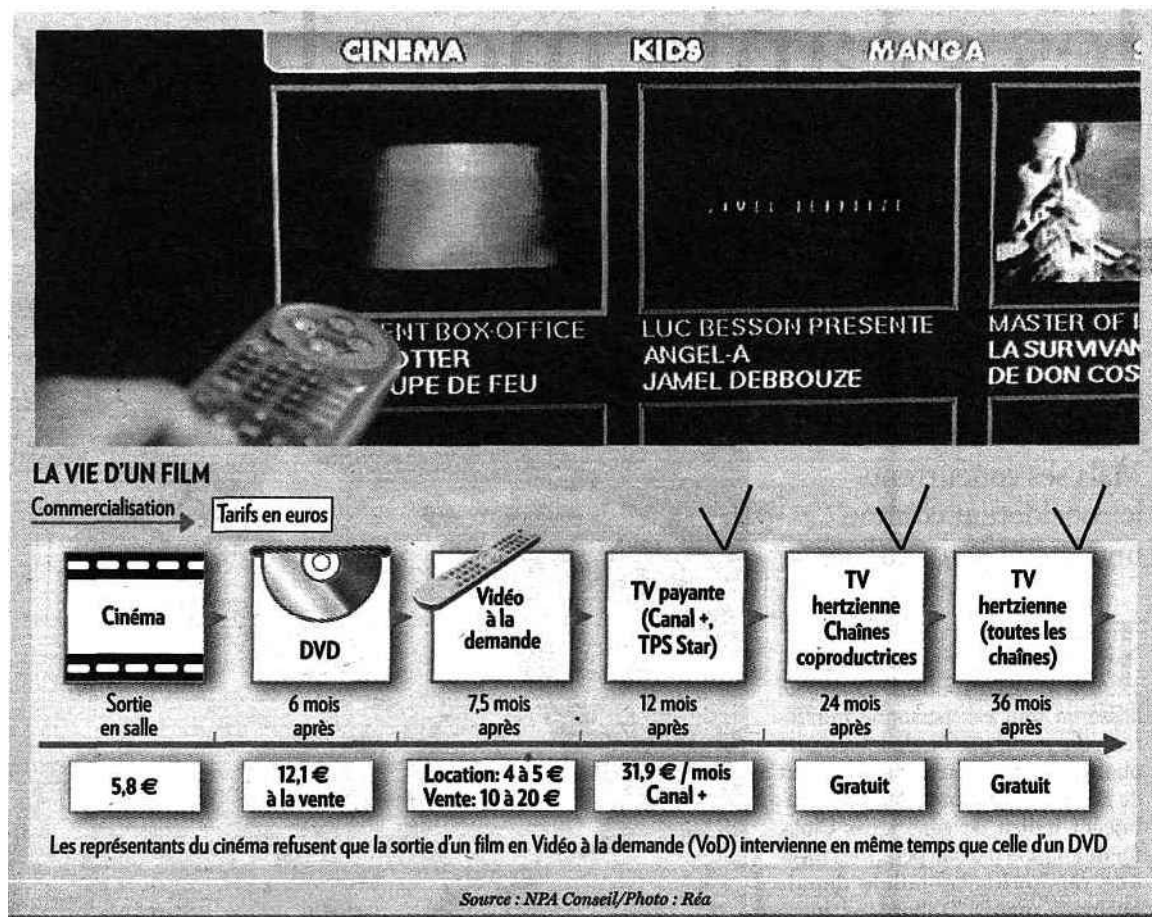
UN SERVICE INCONTOURNABLE

Pour un fournisseur d'accès Internet, la VOD est un service désormais incontournable dans les offres de télévision par ADSL. Si Orange et Club Internet ont décidé de négocier des droits sur les films, d'autres opérateurs télécoms passent par des agrégateurs de contenus déjà présents sur le Web. Alice a ainsi signé avec VirginMega, NeufCegetel avec TF1Vision et Glowria, un loueur de DVD via Internet qui s'est converti au téléchargement. Free vient d'ajouter au catalogue de Canal Play, l'offre de TF1 vision, après celle de vidéo. La banque des films animés français Zoolookids est sur Canal Play et Orange... Ce type d'accord va se multiplier alors que Canal Play entend s'affranchir de la plate-forme ADSL de Free, et M6 discute avec l'ensemble des opérateurs ADSL pour son service M6 Vidéo.

Pour Bruno Thibaut, directeur du développement du groupe Canal Plus, les marchés du téléchargement sur PC et sur téléviseur vont évoluer de façon distincte. Douze mois de pratique révèlent que les abonnés à la TV par ADSL recourent davantage à la VOD que les internautes connectés au haut débit (5 % contre 1 % selon une étude du cabinet NPA Conseil). La formule locative, qui permet de télécharger un film et de le visionner pendant une durée de 24 à 48 heures, correspondrait mieux à une consommation sur le téléviseur, choisie d'une pression de télécommande.

En revanche, sur PC, le consommateur préférerait acquérir définitivement le fichier pour le graver sur DVD. « Nous devons avoir une offre sur PC pour contrer le développement du piratage », reconnaît le dirigeant de Canal Plus. De son côté, TF1Vision a innové en proposant des films Universal en téléchargement définitif accompagné de l'envoi d'un DVD sans jaquette. Les innovations marketing n'en sont qu'au début.

ISABELLE REPITON



PAS D'ACCORD SUR LE CINÉMA FRANÇAIS EN VOD

Les organisations professionnelles du cinéma, les opérateurs télécoms et les groupes audiovisuels Canal Plus et France Télévisions ont échoué à reconduire l'accord interprofessionnel sur la vidéo à la demande (VOD) de 2005, qui a expiré le 21 décembre. Une nouvelle réunion a été programmée le 22 janvier pour poursuivre les négociations. Les discussions ont achoppé sur le délai fixé entre la sortie des films

en salle et leur diffusion en VOD (voir graphique ci-dessus). Les opérateurs télécoms fournisseurs d'accès à Internet exigeaient que celui-ci soit ramené de huit à six mois après la sortie d'un film en salles, comme pour la location vidéo classique, ce qu'ont refusé les représentants du cinéma. En revanche, un accord s'est dégagé sur la lutte contre la piraterie — le téléchargement gratuit des œuvres entre internautes — a-t-on indiqué au CNC.