

Télévision

Des programmes à télécharger : oui, mais lesquels et comment ?

Fini le carcan des grilles : grâce à la vidéo à la demande (VOD), on peut louer des émissions sans sortir de chez soi. Mais les catalogues proposés sont encore limités.

C'est moi qui commande !



+ sur telerama.fr

**Notre dossier sur
l'avenir de la télévision,
et l'apparition des
podcasts vidéo.**

Composer soi-même une soirée télé en regardant ce qui nous plaît, quand on le souhaite. Cette belle utopie fit vendre des millions de magnétoscopes. Dans certains foyers, elle perdure. D'autres se sont lassés d'empiler des cassettes jamais regardées et se sont sagement remis devant le petit écran en se pliant au diktat de la grille. Vivace, l'idée a resurgi il y a deux ans avec l'apparition des terminaux numériques à disque dur (Pilotime sur Canal-Sat, Platinum sur TPS, Advance pour les abonnés Noos) capables d'enregistrer des programmes en très grande quantité. Aux Etats-Unis, 22 % des détenteurs de ce type d'appareils affirment ne plus consommer de télé en direct, au profit des seules émissions préenregistrées (source NPA conseil). Mais encore faut-il connaître les horaires de diffusion pour s'assurer de leur enregistrement. Le rêve d'une « télévision personnelle » où chacun bricolerait sa soirée télé a ses limites. Que semble aujourd'hui franchir la « vidéo à la demande » (qu'on abrège souvent en VOD, pour *video on demand*).

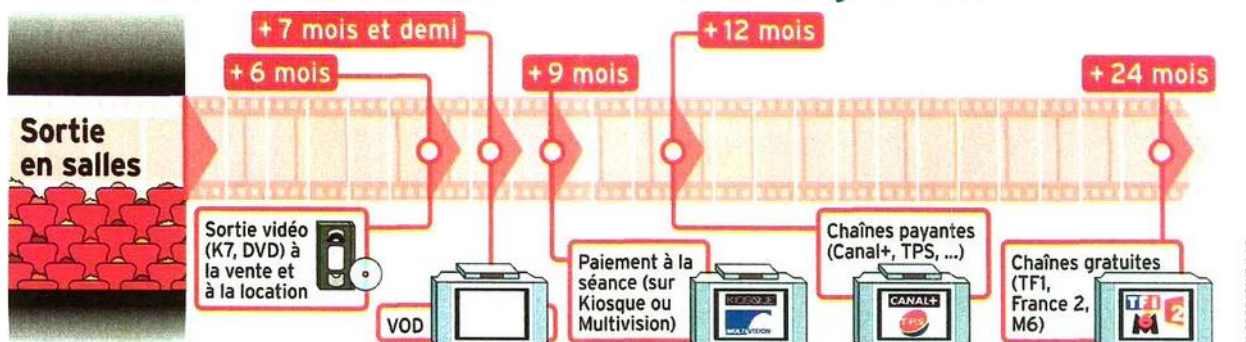
Le concept est simple : imaginez un magasin vidéo virtuel disponible 24 heures sur 24, à partir de votre ordinateur ou de votre téléviseur. Vous voulez voir un film, une série ou un documentaire ? Facile... payez et téléchargez. Vous pourrez ensuite prendre le temps de le regarder sur l'écran de votre ordinateur ou sur celui de votre télévision. Une fois le film démarré, le spectateur dispose généralement de 24 à 48 heures pour le regarder, avant que le fichier ne devienne illisible. La plupart des chaînes américaines proposent déjà ce service qu'utilise 10 % de la population (enquête Arbitron, avril 2005), et notamment les millions d'amateurs de séries qui téléchargent régulièrement sur le site de la chaîne HBO (*Les Sopranos*, *Six Feet under*, *Sex and the city*...) ou sur iTunes, la boutique en ligne d'Apple, où on peut acheter les épisodes de *Lost* et de *Desperate Housewives* le lendemain de leur diffusion télé pour 1,99 dollar l'unité.

En France, c'est l'opérateur France Télécom qui a lancé le mouvement. Depuis deux ans, le service VOD de Ma Ligne TV, baptisé « 24/24 Vidéo », propose 650 programmes payants à ses abonnés. Aujourd'hui, tout le monde s'y met, des opérateurs et fournisseurs d'accès à Internet (Neuf Télécom, Noos, Tiscali...) aux chaînes de télévision (TF1, France Télévisions, Canal+, Arte, M6, TPS). Pour une poignée d'euros – la fourchette va généralement de 2 à 7 –, vous pouvez donc



Télévision VOD

La vie d'un film, des salles aux chaînes gratuites



Combien de temps après sa sortie en salles un film peut-il être proposé en VOD ? Après deux ans de négociations acharnées, les professionnels ont abouti à un accord provisoire fin décembre. Les nouveautés seront accessibles en VOD après un délai de trente-trois semaines. Les fournisseurs d'accès à Internet espéraient une sortie VOD à six mois (comme les DVD) pour limiter le piratage. Les éditeurs de DVD, eux, luttèrent pour repousser la fenêtre VOD à neuf mois (comme le "paiement à la séance"), histoire de protéger leur gagne-pain. Les signataires ont tranché pour sept mois et demi. Au final, c'est sans doute le paiement à la séance proposé par TPS et CanalSat qui risque d'être lésé. Une offre qui, de toute façon, n'a jamais réellement fonctionné en raison de la faiblesse du contenu et d'un prix élevé.

télécharger une émission ou un film sur votre disque dur, voire les regarder en « streaming » (c'est-à-dire directement, à condition de jouir d'une connexion Internet haut débit). Pour l'instant, la qualité de visionnage présente parfois certains défauts (microcoupures, pixelisation de l'image...), mais le concept semble plaire : Canal Play, l'offre VOD du groupe Canal+, prétend avoir écoulé 300 000 vidéos en trois mois et Free annonçait mi-janvier que le seul des 150 000 films à la demande venait d'être franchi. Le marché de la VOD, aujourd'hui balbutiant, pourrait atteindre 321 millions d'euros en 2010, soit cinq fois le marché de la location en vidéoclub, estime le cabinet d'études NPA. Une comparaison qui n'a rien de gratuit : la VOD volera sans doute plus de clients aux vidéoclubs qu'aux chaînes de télévision, même payantes. « La vidéo à la demande ne condamne pas la notion de chaîne », explique Philippe Bailly, directeur général de NPA Conseil. Les chaînes historiques, celles qui savent faire vivre le direct, l'événement d'actualité ou le grand show fédérateur, survivront toujours. Seules quelques chaînes thématiques souffriront, celles qui ressemblent davantage à une succession de programmes qu'à une véritable antenne. »

La location vidéo, elle, risque bien de poursuivre sa lente agonie (-4 % en 2005). « Les vidéoclubs périssent d'eux-mêmes », estime Mihai Crasneanu, fer de

lance de la location de DVD par Internet avec son site glowria.fr. Se déplacer jusqu'au magasin, pour découvrir qu'il n'y a pas de choix et finalement repartir avec une cassette ou un DVD qu'on ne voulait pas voir : on l'acceptait avant parce qu'il n'y avait pas d'autre solution. Aujourd'hui, c'est différent. Moi, je propose 9 000 titres (dont une partie est déjà disponible en VOD, ndr), soit vingt fois plus qu'un vidéoclub. » Même son de cloche chez Michel Gomez, président de la Société civile des auteurs, réalisateurs et producteurs (ARP) : « Les linéaires des magasins de vidéo ont des contraintes d'espace. Moi qui aime le cinéma argentin, par exemple, je ne suis jamais sûr d'en trouver. La VOD changera la donne en proposant à domicile une bibliothèque d'Alexandrie de la vidéo. » Jolie métaphore... sauf que, pour l'instant, nous en sommes loin.

Un rapide coup d'œil aux différents services de VOD suffit à constater l'actuelle pauvreté du catalogue. Canal Play a beau vanter ses 700 références, celles qui sautent aux yeux se limitent souvent aux blockbusters hollywoodiens. Idem pour TF1 Vision, qui affiche *Brice de Nice* en tête de gondole et dont le tiers de l'offre est constitué de films X, vendus 10 euros pièce, « pour voir comment réagit le public ». « Ça ne sert à rien d'avoir 10 000 programmes en ligne, confie Pascal Lechevalier, directeur de développement à TF1 Vidéo. Nous, on tournera autour de 300 titres. On sait bien que, dans les vidéoclubs, 20 % des produits font 80 % du chiffre d'affaires. » Fort de son panel de pornos et de comédies gentillettes, TF1 prévoit un chiffre d'affaires de sept millions d'euros en 2007 dans la VOD.

Pour le moment, les cinéphiles seront donc déçus par l'offre VOD, sauf à fouiner chez les indépendants. Une poignée d'internautes concoctent en effet, dans l'ombre, des sites dédiés à une VOD plus ciblée, souvent de grande qualité. Témoins, ces jeunes cinéphiles grenoblois qui ont fondé Cinézime (1), un site où l'on peut dénicher des films originaux, peu vus, allant du vieux Cassavetes au petit court métrage français bourré de promesses. Dans le registre du documentaire, le site de Vodeo TV (2) tient le haut du pavé. Une initiative à forte vocation patrimoniale : « Sur 2 300 documentaires produits chaque année, seuls 5 % sont édités en

Cinq idées VOD

- ▶ *Million Dollar Baby*, de Clint Eastwood, sur Canal Play (4,99 €) ;
- ▶ *Le Guépard*, de Luchino Visconti, sur Canal Play (3,99 €) ;
- ▶ *Jeff Buckley, fall in light*, de Don Kent, sur Vodeo TV (4,99 €) ;
- ▶ *Selon Matthieu*, de Xavier Beauvois, sur TPS VOD (3,99 €) ;
- ▶ *King Kong*, de Merian Cooper et Ernest Schoedsack (1933), sur www.king-kong.fr (5 €).

VHS ou DVD, explique son fondateur, Frédéric Pie. 20 % de ces programmes ne sont même pas diffusés par les chaînes hertziennes. A nous de les conserver pour le public, qui nous considérera bientôt comme le surgelé Picard de l'audiovisuel ». 1300 programmes ont déjà été congelés, du reportage d'Envoyé spécial au documentaire animalier, et 8000 attendent d'être numérisés. « On doit pouvoir répondre à toutes les demandes, fournir des films sur le Rajasthan, Che Guevara, la culture du bonsaï ou Picasso. »

Dans les mois qui viennent, la situation va continuer d'évoluer. Les producteurs de films ont tiré les enseignements de ce qui s'est passé sur le marché de la musique, où les pirates ont souvent justifié le téléchargement illégal par la pauvreté de l'offre payante. Ils poussent donc les principaux acteurs de la VOD à étoffer leurs catalogues. Tous négocient actuellement des droits pour gonfler les stocks, dans des directions différentes. Canal a décidé d'enrichir son offre de séries et de dessins animés, Arte proposera fin février 400 documentaires, France Télévisions, qui a déjà tenté l'expérience avec *Les Rois maudits* (5 000 téléchargements), et M6 (qui possède déjà une petite offre gratuite) développeront également leurs plates-formes « à la demande » dans les prochains mois, s'alimentant essentiellement des programmes qu'elles diffusent ou produisent. On devrait voir apparaître, à terme, des systèmes d'abonnement forfaitaire, voire de la VOD entièrement gratuite (financée par la publicité), comme le propose AOL depuis quelques semaines sur son site In2TV. On pourra alors véritablement parler de « télévision personnelle ». En croisant les doigts pour que certains programmes y trouvent une seconde chance,

Haut les courts

Longtemps, le fan de courts métrages a écumé les festivals, pour s'y goberger de merveilles quasiment introuvables ailleurs. Internet a changé la donne, le « court » y est chez lui, mis en ligne par les réalisateurs eux-mêmes ou hébergé gratuitement par des sites de passionnés, comme cine-courts.com ou moviz.com. Mais seule la VOD peut rendre accessible au particulier les catalogues jusqu'ici réservés aux professionnels. Dans son récent rapport *Perspectives d'évolution du système français de diffusion de courts métrages*, le producteur Alain Rocca constate lucidement que « le court métrage trouve difficilement sa place sur les chaînes. Pas assez fédérateur. Mais il existe des publics pour ces contenus "fragmentants", et la VOD ouvre un champ incroyable à ceux qui veulent les atteindre ». Il préconise donc de demander aux chaînes de préfinancer plus généreusement les courts métrages qu'elles achètent, et de leur permettre en contrepartie de les reprendre sans obligation de paiement sur leurs portails multimédias. Les pionniers de la VOD n'ont pas attendu ce jour faste mais incertain (une fois réglé le problème des droits d'auteur) pour développer leurs propres projets. Le distributeur Premium Films, qui alimente déjà les mobiles Orange en films courts, lancera en avril VODmania, un site où l'on pourra visionner des courts métrages moyennant 1 à 2 euros. Et l'Agence du court métrage vient de conclure un accord avec France Télécom : dès la mi-février, les abonnés de Maligne.tv se verront proposer, sans coût supplémentaire, quatre « courts » par semaine. **Sophie Bourdais**

notamment ceux que la grille reléguait à des heures impossibles. Ou que les chaînes ne prenaient même pas la peine de diffuser. Des documentaires d'auteur, des séries ou des courts métrages (lire ci-dessus), qu'on pourra désormais découvrir sur Internet. A condition de cliquer au-delà des dix navets qui plastronnent en page d'accueil ● **Erwan Desplanques**

(1) www.cinezime.fr

(2) www.vodeo.tv