

La guerre des plates-formes VOD bouscule la télévision traditionnelle

Médias Déficitaire, le bouquet Canal+ est fragilisé par les offensives de Netflix, iTunes ou bientôt Amazon. Films et séries passent par le streaming, et les chaînes TV, surtout payantes, doivent se réinventer.

Ivan Radja

ivan.radja@lematindimanche.ch

L'arrivée de Netflix, iTunes ou Amazon dans la vente de contenus en streaming, que ce soit sous forme d'abonnement ou d'achat à la pièce, met à mal le modèle de la TV classique. Les chaînes publiques résistent assez bien, à condition de jouer la carte de la vitesse et de la nouveauté. Mais le modèle payant, Canal+ en tête, est frappé de plein fouet.

1 La course aux productions originales

On n'attendait pas Woody Allen sur ce terrain, et pourtant, Amazon a acheté les droits de son prochain film, «Café Society», qui sera présenté à Cannes. Opération prestige pour Jeff Bezos, CEO de la plate-forme de vente en ligne, d'autant que le film sera disponible pour les abonnés avant la sortie en salle. A l'inverse, Amazon ne dédaigne pas le cinéma d'auteur, avec la conquête du marché européen en ligne de mire. Précisément là où Netflix s'apprête à frapper fort, avec la sortie le 12 mai de «Marseille», la nouvelle série avec Gérard Depardieu en tête d'affiche. But de la manœuvre: décentraliser ses productions, et ne pas se contenter d'arroser ses abonnés avec des séries 100% made in US («House of Cards», «Orange is the New Black»). La plate-forme de VOD compte 81,5 millions d'abonnés, mais 58% sont américains. En janvier, Netflix annonçait sa présence dans 130 pays, une emprise quasi planétaire, à l'exception notable de la Chine. Impossible désormais de ne pas investir dans des productions locales, d'autant qu'Amazon vient d'annoncer pour cet automne, aux Etats-Unis, un abonnement au même tarif que celui de Netflix (8,99 dollars). L'Europe constitue l'étape suivante.

2 Remplacer la TV classique

Ces manœuvres donnent des sueurs froides aux groupes Vivendi (France) et Mediaset (Italie), lesquels ont annoncé il y a dix jours le lancement en septembre d'une plate-forme de VOD, qualifiée de «Netflix de l'Europe du Sud». Pourquoi une telle nervosité chez Vivendi? Sa filiale Universal Music



«Marseille», première production décentralisée de Netflix, avec Gérard Depardieu et Benoît Magimel, attaque Canal+ sur son terrain. David Koskas/Netflix

au final, relativement bien négocié la vague des téléchargements en streaming portée par Spotify, Deezer, YouTube ou iTunes, mais le combat est loin d'être gagné sur le terrain de la télévision. Et l'enjeu porte moins sur la capacité à offrir des nouveautés que sur le canal de diffusion lui-même. Selon Eric Grignon, CEO de la plate-forme VOD suisse Hollystar, «Netflix ne propose pas de films ou de séries récents, hormis ses propres productions, car ce qui les intéresse est de remplacer certaines TV en changeant la façon de consommer du contenu visuel». Ce remplacement de la TV traditionnelle par le streaming frappe de plein fouet les chaînes payantes. Isabelle Hagemann, responsable des acquisitions à la RTS: «Ces modèles économiques ne touchent pas, ou peu, les chaînes généralistes, de service public, mais font un tort considérable à des chaînes comme Canal+, qui fonctionnent sur le principe de l'abonnement payant.» Des vidéoclubs sur abonnement qui se livrent une concurrence féroce pour racheter les droits à l'international de productions de majors du cinéma ou de chaînes de télévision.

3 Canal+ menacé

Vincent Bolloré, patron de Vivendi, a brandi jeudi devant les actionnaires la menace de la disparition pure et simple du bouquet Canal+. Avec 410 millions d'euros de pertes annuelles, la chaîne cryptée est devenue le boulet du groupe, alors que la partie production (Studio Canal) réalise de confortables bénéfices, de même que Canal Overseas ou CanalSat. La qualité des séries Canal+ («Baron Noir», «Section Zéro», «Braquage») n'est pas en cause, mais le modèle économique de la chaîne est à revoir. Avec 55 fr. par mois, son offre souffre face à Netflix (14 fr. 90). Vincent Bolloré affiche clairement ses ambitions: faire de Vivendi un concurrent des Gafa (Google, Apple, Facebook et Amazon), Disney ou Time Warner: «La culture européenne vaut la peine d'être développée et exportée», a-t-il souligné jeudi.

4 Les diverses offres VOD

Le modèle avec abonnement (SVOD pour Subscription VOD) ne concurrence pas directement les plates-formes



Reuters/Charles Platiau

«La culture européenne vaut la peine d'être développée et exportée»

Vincent Bolloré, patron de Vivendi (Canal+, Universal Music)

d'achat à l'acte (TVOD pour Transaction VOD), sur lesquelles on ne paie les films qu'au coup par coup. C'est le cas de Hollywood en Suisse, qui, selon Eric Grignon, «n'a jamais aussi bien marché que depuis l'arrivée de Netflix en automne 2014». La société a des accords avec tous les grands studios de production, et joue la carte de la nouveauté. Et de la rapidité. «Nous avons ainsi pu proposer la 4e saison de «House of Cards» en primeur, ou «The Revenant» en même temps que sa sortie en salle», ajoute-t-il. Un abonnement à 9 fr. 90 par mois permet par ailleurs de louer les films à moitié prix. Les modèles avec publicité (AVOD pour Advertising VOD) ont en revanche du souci à se faire. A l'image de Spotify, dont l'abonnement Premium permet d'éviter les coupures pub au milieu des chansons, YouTube songe à des formules payantes. Le succès de Netflix aux Etats-Unis repose en effet sur le fait qu'il est quasi impossible de visionner un film sur une chaîne traditionnelle, tant les intermédiaires sont nombreux. En France, Pierre Lescure (ancien patron de Canal+), en partenariat avec Allociné, met sur pied une plate-forme de VOD gratuite, financée par de la publicité, non sous forme de spots, mais insérée dans l'image (une bouteille d'eau, dans une scène, sera lookée Henniez pour la Suisse, et Perrier pour la France, par exemple).

5 Atouts suisses

En Suisse, et a fortiori en Suisse romande, la petite taille du marché permet par exemple à la RTS d'obtenir des primeurs comme la 6e saison de «Game of Thrones» qui débute ce lundi, ou de jolis coups, comme la diffusion de «Vinyl». «A condition que Canal+, par exemple, n'ait pas les droits. Comme elle est présente en Suisse, la chaîne se réserve une année d'exclusivité», précise Isabelle Hagemann. La RTS est davantage positionnée, dans le prime time, sur des séries grand public, et se réserve quelques niches en 2e ou 3e partie de soirée, ce qui ne la met pas en concurrence directe avec les séries produites par Netflix, ou Canal+. Les mêmes avantages profitent aussi aux offres SVOD de Swisscom ou UPC Cablecom, qui tablent sur certaines niches (films suisses) par exemple, mais surtout sur la rapidité, dans la mesure où leur catalogue intègre les nouveautés bien plus vite que sur Netflix. ●

Publicité

Le Matin PARTENARIAT

1^{ER} AOÛT ET DU 3 AU 7 AOÛT 2016

ROCK OZ'ARÈNES

AVENCHES

25 YEARS

LU 1^{ER} AOÛT

Stephan Eicher
Bastian Baker
Bernie Constantin
Christian Tschanz
jO Mettraux

ME 3 AOÛT

Robert Plant & the Sensational Space Shifters
Seasick Steve
Emir Kusturica & The No Smoking Orchestra
Puts Marie
The Wanton Bishops
Darius • DeWolff

JE 4 AOÛT

Patricia Kaas
Zazie
HF Thiéfaine
Gaspard Royant
Speedrax
Fai Baba
Al Pride

VE 5 AOÛT

DJ Snake
Steve Angello
Jillionaire
Tony Junior
Hugel
Nicola Fasano
Mr Mike
Jerry Joxx
Frank C
Mike Rodriguez
Waysons
Zach & Cedre
Lick my house
DJ KL3M

SA 6 AOÛT

Limp Bizkit
Apocalyptica
Casseurs Flowters
Uriah Heep
Oscar and the Wolf
The Inspector Cluzo
Da Cruz

DI 7 AOÛT

Anthony Kavanagh
Eric Antoine
Swiss Comedy Club and Friends
Swiss Comedy Talent

WWW.ROCKOZARENES.COM

BILLETTERIE: ticketcorner.ch, CARDINAL, rouge, L'illustré, KLAXON CREATIVE SERVICE, coop, Bell, BCV

produced by **arcotals** production

WWW.LEMATIN.CH