

La vidéo à la demande souffre du piratage

Cinéma sur Internet Alors que Netflix peine actuellement à attirer de nouveaux abonnés, comment s'en sortent les sociétés suisses présentes dans cette branche économique en constant bouleversement?



Hélène Joaquim 05.08.2016

L'essentiel

Netflix

Le nombre d'abonnés ne progresse pas aussi vite que prévu et plonge le géant de la VOD dans la tourmente.

Piratage

En Suisse comme ailleurs, le téléchargement illégal est le plus grand concurrent des acteurs de cette branche.

Acteurs suisses

Les pistes sont nombreuses pour tenter de s'imposer sur le marché helvétique: site facile d'accès, sans publicité et proposant des contenus disponibles rapidement.

En croissance depuis 2007, le marché de la VOD fait face à un défi: prouver au client que louer un film en ligne est plus facile et moins contraignant que de le pirater.

Image: Keystone

Netflix ne serait donc pas irrésistible. Le nombre d'abonnés ne progresse pas aussi vite que prévu, a récemment averti le géant des services de vidéo à la demande (VOD). Des abonnements qui déçoivent, une action dont la valeur est proche de son plus bas, une implantation en Chine retardée par un «climat réglementaire compliqué». Les mauvaises nouvelles s'accumulent pour le groupe californien. Tout cela sans oublier la montée en puissance de certains concurrents (lire ci-dessous) . Si Netflix souffre, comment s'en sortent alors les plus petits? Difficilement. En pleine croissance depuis 2007, le marché de la VOD fait face à un défi fondamental: prouver au consommateur que louer un film en ligne est plus facile et moins contraignant que de le pirater.

Diffuser plus vite les nouveautés

«Le téléchargement illégal est notre plus grand concurrent», reconnaît Eric Grignon, directeur général d'Hollystar, une société basée à Neuchâtel, qui, avec ses 6 millions de chiffre d'affaires par an, se dit «numéro un» du secteur en Suisse. Même constat pour Francine Lusser, qui a créé à Genève [leKino.ch](#), spécialisé dans le cinéma indépendant. «Tous les acteurs culturels sont dépouillés par les téléchargements illégaux», insiste-t-elle lors d'une rencontre avec Gérard Meunier, l'autre créateur de la plate-forme. Selon elle, il faut «interdire le téléchargement illégal», un acte qui, comme le visionnage en «streaming» d'œuvres cinématographiques, même depuis une source illégale, n'est pas interdit. Pour autant qu'il s'agisse d'un usage privé et que le client ne le partage pas sur Internet.

Alors comment faire pour survivre? «Plutôt que de jeter la faute sur le contexte législatif, travaillons sur nos interfaces et notre contenu», suggère le patron d'Hollystar.ch en développant notamment un site accessible en peu de clics et sans publicité. «Les gens n'ont pas non plus envie d'attendre et cela les pousse à pirater», poursuit-il. A ses yeux, il faut écourter au maximum le temps d'attente entre la sortie

Articles en relation

«Je voulais appartenir à l'industrie du cinéma»

Genève Nouvelle fermeture annoncée d'un vidéoclub à Genève. Son propriétaire revient sur quelque trente ans de métier. [Plus...](#)

Par Frédéric Thomasset [12.07.2016](#)

Dernière séance pour le vidéoclub de Plainpalais

Commerce Contraint à fermer, Vidéo 2001 brade ses milliers de DVD et ses clients pleurent. [Plus...](#)

Par Isabel Jan-Hess [04.01.2016](#)

Les vidéoclubs genevois sont en voie de disparition

Enquête Difficile de survivre face au Net: il ne reste que six arcades, dont deux vont prochainement fermer. [Plus...](#)

Par Christophe Robert-Nicoud [27.08.2015](#)

d'un film ou d'une série et sa disponibilité sur les sites légaux. «Cette année, on a réussi à obtenir les droits de diffusion du film The Revenant en parallèle à sa sortie en salle», se réjouit-il, sans nier toutefois que plus l'acteur est petit, plus il est difficile de convaincre les grands studios d'autoriser la location de leurs œuvres. «Il nous a fallu cinq ans pour les faire tous signer», regrette Eric Grignon.

Les limites sont nombreuses

D'autres limites subsistent. Le prix, évidemment. Louer pendant 48 heures le dernier film avec DiCaprio en haute définition (HD) coûte 8 fr. 40 sur Hollystar et il faut déboursier 29 fr. 90 pour le conserver sur son disque dur. «Les prix de la VOD sont fixés par les studios», justifie Eric Grignon. En outre, plus le film est récent, plus il faut payer.

Autre limite, les vieilles frontières nationales. Les sites illégaux sont accessibles dans le monde entier, alors que les loueurs de vidéos sur Internet doivent reverser des droits et donc respecter des législations. «Chaque pays a son système de distribution, avec ses propres distributeurs», ajoute Francine Lusser. Et ce n'est pas plus mal, relève-t-elle. «A partir du moment où l'on unifie les droits de distribution, plus aucun indépendant ne fera le poids face aux géants comme iTunes ou Netflix.» Il y a bien sûr une alternative. Développer son offre de VOD dans plusieurs pays. Hollys tar dit étudier cette possibilité, tout en admettant que cela nécessiterait un réseau de distribution «puissant» pour rentabiliser des droits «très coûteux».

Le dernier obstacle reste le changement des comportements. «On en est aux balbutiements de la consommation payante sur Internet», invoque Francine Lusser, qui constate un début de «prise de conscience». Une éducation paradoxalement due aux géants du secteur, qui habituent les gens à payer. En Scandinavie, le piratage a diminué «de plus de 30%», selon Eric Grignon, grâce aux plates-formes de VOD.

Une tendance qui n'empêche toutefois pas plusieurs de ces vidéoclubs 2.0 à fermer boutique en Suisse, à l'instar du zurichois Acetrax, disparu en 2013, ou du genevois Swiss TV, récemment déclaré en faillite.

Alors que le géant s'essouffle, la concurrence s'agite

Des résultats décevants. Après une augmentation record de 6,74 millions au premier trimestre, Netflix a vu ses gains d'abonnés nettement ralentir, notamment aux Etats-Unis, où le service n'a gagné qu'environ 160 000 nouveaux abonnements au lieu des 500 000 attendus. Le géant de la vidéo à la demande par abonnement (SVOD) comptabilisait 79,90 millions d'abonnés payants à la fin du mois de juin, dont plus de la moitié aux Etats-Unis.

Profitant de cette baisse de régime, les concurrents de Netflix développent leur propre plate-forme de SVOD. L'objectif est assumé: ne pas laisser Netflix occuper le marché, et pour cela, il faut se démarquer.

En octobre dernier, Google a annoncé le lancement de YouTube Red, une déclinaison payante et sans publicité de YouTube (pour 9,99 dollars par mois). Ce service permet aussi de sauvegarder des vidéos pour les visionner hors ligne. Pour ses contenus exclusifs, Google a fait appel à ses youtubeurs les plus connus, comme le suédois PewDiePie (40 millions d'abonnés). Il s'est aussi mis aux séries originales avec sa série dérivée de Sexy Dance. Pour l'instant, le nouveau venu de YouTube, disponible uniquement aux Etats-Unis, est encore très loin de pouvoir concurrencer une offre de SVOD comme celle de Netflix.

De son côté, Amazon a annoncé en avril le lancement de sa nouvelle offre Prime Video pour 8,99 dollars par mois et sans engagement. Cherchant à étoffer son catalogue, le géant de l'e-commerce a passé un accord avec la chaîne câblée HBO pour proposer un grand nombre de séries et plus de nouveaux films grand public. Il compte également miser sur du contenu original et a récemment mis la main sur Woody Allen pour produire une série. Son service est déjà accessible aux Etats-Unis, en Allemagne, en Autriche, au Royaume-Uni et au Japon, et compte «des dizaines de milliers d'abonnés», selon le patron d'Amazon Studios. H.J. (TDG)

(Créé: 05.08.2016, 13h31)