

Focus sur la Vidéo à la Demande

SOMMAIRE

Introduction

Situation générale du marché :

- 1) Données chiffrées
 - 1.1 En France
 - 1.2 En Europe
 - 1.3 Dans le monde
- 2) Cadre légal
 - 2.1 En Europe
 - 2.2 En France

Les intervenants du secteur :

- 1) L'offre
 - 1.1 Les fournisseurs d'accès internet
 - 1.2 Les chaînes de télévision
 - 1.3 Les circuit de distribution
 - 1.4 Les constructeurs / équipementiers
- 2) Les autres intervenants du secteur audiovisuel
- 3) Les associations professionnelles

Les modèles économiques

Les soutiens :

- 1) les soutiens nationaux (CNC)
- 2) les soutiens européens (MEDIA)

Conclusion

Les plateformes soutenues par MEDIA

Le point de vue des professionnels (Celluloïd Dreams, Europa Film Treasures)

INTRODUCTION

Les progrès technologiques, via la numérisation des supports comme des procédés de diffusion, ont rendu les œuvres audiovisuelles de plus en plus accessibles de par le monde. Importante opportunité de croissance pour les uns. Risques accrus de piratage pour les autres. A l'instar de l'industrie phonographique, le secteur du DVD voit sa part de marché diminuer inexorablement. Mais le marché « dématérialisé » en a-t-il tiré profit ?

Ce nouveau focus tente une approche synthétique du secteur de la VOD dont la mutation concerne tous les acteurs du secteur audiovisuel : producteurs, distributeurs, agents de vente, diffuseurs...

SITUATION GÉNÉRALE DU MARCHÉ

1) DONNÉES CHIFFRÉES

Il est extrêmement difficile d'avancer des montants fiables concernant le marché de la VOD tant est disparate ce que recouvrent les statistiques et prévisions annoncées dans les études réalisées sur ce secteur dont les différents intervenants semblent très peu enclins à dévoiler leurs résultats. Les données suivantes doivent donc être considérées avec toutes les précautions nécessaires.

1.1 En France

La France est l'un des pays européens le mieux loti en matière de données statistiques notamment grâce à la mise en place par les sociétés NPA-GFK il y a quelques années d'un « baromètre » relayé par le CNC indiquant la consommation et le chiffre d'affaires généré par la VOD. De même un « Observatoire de la VOD » a été mis en place par le CNC, permettant de suivre plus précisément les habitudes de consommation des français dans ce domaine.

Les **montants** observés sont les suivants :

En **2006** : les dépenses en VOD des ménages français s'élevaient à **14 millions d'euros**.

En **2007** : **29 millions d'euros** (soit une progression de 102,07%) pour 5,8 millions de visionnages payants.

En **2008** : **53 millions d'euros** (+ 82,76%) – à rapprocher des 2,6% de la croissance qu'a connue sur cette même période l'ensemble des dépenses audiovisuelles (redevance, abonnement télévisé, tickets cinéma, vidéo...). Il faut noter cependant dans cette tendance haussière, la baisse significative des ventes ou location de supports vidéos physiques : - 8,4%.

En **2009** : une augmentation moins forte mais toujours très positive puisque le secteur « pesait » **82,4 millions d'euros** (+ 54,8%) tandis que le prix des transactions continuait de baisser (- 5,4% par exemple pour la location).

En **2010** : l'institut GFK et le cabinet de conseil NPA estimaient que le marché de la VOD payante devait générer un CA proche des **150 millions d'euros**. La progression constatée en volume au 1^{er} trimestre 2010 était en effet déjà de + 70% par rapport aux chiffres du 1^{er} semestre 2009.

Rapportée en valeur : la hausse n'est plus que de 50% sur les 3 premiers mois et ce en raison d'une baisse des prix moyens par titre.

En **2012** : une étude réalisée par le cabinet de conseil Olivier Wyman en mai 2007 estimait à **500 millions** le marché français de la VOD. En partant d'une étude réalisée aux Etats-Unis, ce cabinet a extrapolé pour le marché français une dépense moyenne mensuelle de 8,8 euros en 2012 - scénario qualifié cependant « d'optimiste », valable uniquement si les offres VOD montraient de nouvelles fonctionnalités dans une ergonomie améliorée. Dans le cas inverse, et même si les catalogues proposés comptaient plus de références, ce chiffre se situerait plus vraisemblablement autour de **310 millions d'euros** (pour une dépense mensuelle moyenne de 5,5 euros). Inutile de souligner l'ampleur de la variation de ces estimations !

Concernant les **contenus**, les études menées par GfK/NPA ont montré en 2007 une progression de l'offre de programmes (surtout des films) de 81% sur les 2 années précédentes ! De fait, le film est l'un des principaux « produits » consommés en VOD en France : en 2007, cette catégorie représentait 67% des programmes visionnés (contre 56% en 2006).

Cette tendance semble s'affirmer puisqu'au 1^{er} trimestre 2010, une étude GfK/NPA précisait que le cinéma représentait 75% des consommations. Viennent ensuite les séries TV (5%), les documentaires et les programmes jeunesse (3 à 4% au total).

En 2010, selon les observations de ces 2 organismes sur les 2 premiers mois de l'année, ce sont principalement les gros succès en salles qui sont proposés à la VOD : 37% de ces films ont été mis en ligne contre « seulement » 26% pour les autres œuvres.

Plus globalement, l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel montre qu'en France, les films sortis en salle sont de plus en plus exploités en VOD : 49,6% des films sortis en salles en 2008 ont été proposés à la VOD contre 33,7% l'année précédente.

Selon les derniers chiffres de l'Observatoire de la VOD, 4857 films sortis en France étaient disponibles en VOD fin décembre 2009 sur les principales plateformes françaises (contre 4356 fin juin de la même année). Une progression estimée à 78% sur les films récents (entre 2008 et 2009) suite notamment à la réforme de la chronologie des médias (voir chapitre 2 « Le Cadre Légal »).

Des films de plus en plus nombreux et surtout, fait marquant, de plus en plus « multi proposés » : fin 2009, 56,5% d'entre eux étaient disponibles sur plusieurs plateformes à la fois contre 47,3% fin 2008.

Si la place prédominante du film semble constante dans la consommation en ligne, le profil des consommateurs est quant à lui sujet à évolution. En effet, si en 2008 une étude du CNC annonçait les 25/34 ans comme les plus gros utilisateurs de services VOD (27,9% de l'ensemble), ils sont désormais dépassés par les 35/49 ans (29,6% en 2009). Viennent ensuite les 25/34 (25,9%, en recul) puis les plus de 50 ans (stables à 18,8%), les 20/24 (13%) et les 15/19 ans (12,8%).

De même, on assiste à une « féminisation » des consommateurs puisqu'en 2008 les hommes représentaient 53,5% de la clientèle alors qu'en 2009 le pourcentage des femmes atteignait 49,1%.

La catégorie sociale, selon l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel, n'est pas déterminante. Il constate cependant une légère domination des CSP* supérieures (34,6% contre 31,4% pour les CSP inférieures et 34,1% pour les inactifs).

Autre indicateur de consommation intéressant à souligner sur lequel se rejoignent les études du CNC et de l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel : la majorité des consommateurs de VOD sont également des habitués des salles obscures. De même, les habitués de la location de DVD représentent une part majoritaire des consommateurs de VOD. Selon le dossier du CNC # 305 de mars 2008, « la tendance à la dématérialisation des supports se caractérise par une substitution de la consommation de VOD sur TVIP à celle de l'achat de support vidéo physique ».

* Catégorie Socio Professionnelle

Du côté de l'offre, on recensait en France 32 services de VOD en février 2008 (sources Observatoire Européen de l'Audiovisuel). 2 ans plus tard, le CNC recense en France 49 éditeurs de VOD « actifs ».

Conséquemment, 2 fois plus de films étaient disponibles en VOD en 2009 qu'en 2007 (sources OEA). En 2009 et en France, l'offre des films est constituée d'abord de films français (43,4%), puis de films américains (36,7%), puis européens (13,8%). Ces derniers semblent marquer une légère progression (+ 1,3 % par rapport à 2007) – tendance confirmée par l'Observatoire de la VOD qui annonce un pourcentage de films européens non nationaux s'élevant à 14,1% fin 2009.

Derniers indicateurs de consommation notables : la prédominance en France du modèle économique en location payée à l'acte (99% des visionnages en 2007, 98,3% en 2009 et 95% estimés pour 2010).

1.2 En Europe :

En attendant les prochaines estimations que devrait publier l'Observatoire Européen très prochainement, force est de constater que peu de données chiffrées concernant le secteur de la VOD en Europe sont disponibles.

Selon les prévisions d'Exane BNP Paribas (voir tableau ci-après), le chiffre d'affaires généré par la VOD devait s'établir à 770 millions d'euros en Europe occidentale en 2009, poursuivre sa croissance en 2010 et atteindre 1,65 milliard d'euros en 2011.

Une étude de Informa Telecoms et Media chiffrait déjà quant à elle à 1,2 milliard de dollars le poids du secteur en 2005 pour l'ensemble des pays européens – un écart qui s'explique sans doute par la différence des activités agrégées et la zone géographique considérée.

Enfin, le rapport final élaboré pour la Commission Européenne, DG Société de l'Information et des Médias, par KEA European Affairs en octobre 2010 sous le titre « les licences multi-territoriales des œuvres audiovisuelles dans l'Union Européenne » tablait sur un chiffre d'affaires d'environ 2,2 milliards d'euros en Europe en 2013.

VoD : un marché de 770 millions d'euros en Europe en 2009



Commentaire ▶ Le chiffre d'affaires des services de vidéos à la demande (VoD) en Europe devrait augmenter de 64 % en 2009, à 770 millions d'euros, selon les prévisions d'Exane BNP Paribas. Selon cette étude, qui ne prend en compte que les pays d'Europe occidentale, le rythme de croissance devrait encore augmenter en 2010 et 2011, pour atteindre 1,65 milliard d'euros de chiffre d'affaires.

Les informations concernant les offres sont un peu moins « opaques ». L'Observatoire Européen de l'Audiovisuel a recensé dans ses 36 états membres (voir liste sur <http://www.obs.coe.int/about/oea/org/exco.html>) 696 services opérationnels en décembre 2008.

1.3 Dans le monde :

En août 2008, une étude prévisionnelle d'In-Stat estimait à 1,2 milliard de dollars le chiffre d'affaires de la vidéo en ligne pour l'année 2008. Une projection en 2012 portait à 4,5 milliards de dollars l'ensemble du marché (soit les revenus provenant de l'achat en ligne de programmes, mais aussi leur location, ainsi que le montant des recettes publicitaires réalisés par les programmes TV en ligne et celles des sites de partage vidéo).

L'Observatoire Européen de l'Audiovisuel rapportait quant à lui que selon Strategy Analytics, le marché mondial de la vidéo en ligne était de 2 milliards de dollars en 2007. Les projections de Strategy Analytics envisageaient un marché mondial de 4,7 milliards de dollars en 2008 et de 7,3 milliards en 2009. Avec un taux de croissance annuel moyen de 38 % jusqu'en 2012, ce cabinet prévoyait une croissance plus rapide des services payants par rapport aux services gratuits, affectés par la crise du marché publicitaire.

Des montants voisins de ceux publiés le 15 janvier 2007 dans une étude du cabinet Informa Telecoms & Media et relayés dans par le Journal du Net qui tablait sur un marché de la VOD s'élevant à 11,5 milliards de dollars estimés en 2011 (contre 3,2 milliards de dollars en 2005 et 4,2 en 2006).

2) CADRE LÉGAL

Si la VOD est un service proche, du point de vue des contenus, de celui fourni par les télévisions, ou par les éditeurs vidéo selon son mode d'exploitation, elle n'était jusqu'à récemment soumise à aucune régulation. C'est d'abord au niveau communautaire que la VOD a été définie puis incluse dans le champ d'application de la directive européenne sur les services de médias audiovisuels (ex-directive TVSF révisée en 2007). Par cette directive, l'Union européenne coordonne a minima les législations nationales applicables aux services de médias audiovisuels : chaque État est libre d'appliquer des règles plus strictes.

2.1 En Europe :

- A l'échelle Communautaire : Directive européenne Services de Médias Audiovisuels

Un des objectifs principaux de la révision de la directive TVSF (Télévision Sans Frontière) était, outre l'assouplissement des règles relatives à la publicité (réduction de l'intervalle prévu entre chaque coupure publicitaire), était d'intégrer les « nouveaux » services audiovisuels nés de l'évolution technologique (notamment numériques via internet ou la VOD) à son champ d'application. Selon la directive révisée, dite Services de Médias Audiovisuels (SMA), adoptée par le Parlement européen le 29 novembre 2007, la VoD est un service de médias audiovisuels **non linéaires**, c'est-à-dire « un service de médias audiovisuels fourni par un fournisseur de services de médias pour le visionnage de programmes au moment choisi par l'utilisateur et sur demande individuelle sur la base d'un catalogue de programmes sélectionnés par le fournisseur de services de médias ».

A ce titre, la VOD est soumise aux **règles communes** fixées à l'ensemble des services audiovisuels, qu'ils soient linéaires ou non. Ces règles portent sur les aspects suivants :

- l'identification des fournisseurs de services de médias audiovisuels ;
- l'interdiction de l'incitation à la haine ;
- les normes qualitatives en matière de communications commerciales (principe d'identification, interdiction des techniques subliminales, interdiction des communications commerciales en faveur du tabac, encadrement des communications commerciales en faveur de l'alcool, encadrement de la publicité à destination des enfants) ;
- le placement de produit, c'est-à-dire l'utilisation explicite dans un programme audiovisuel d'un produit d'une marque spécifique, interdit par principe (une dérogation étant possible sous certaines conditions ayant essentiellement trait à l'identification adéquate de la présence d'un placement de produit dans le programme).

Outre ce socle commun, la directive édicte des **règles spécifiques** aux services de médias audiovisuels non linéaires en ce qui concerne la protection des mineurs et la promotion des œuvres européennes.

En effet, les contenus qui pourraient « nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral » des mineurs ne doivent être mis à la disposition du public que dans des conditions telles que les mineurs ne puissent normalement les entendre ou les voir.

Les Etats membres doivent, par ailleurs, veiller à ce que les services non linéaires promeuvent la production d'œuvres européennes et l'accès à celles-ci via, par exemple, une contribution financière de ces services à la production et à l'acquisition de droits, ou au travers d'une place substantielle réservée aux œuvres européennes dans les catalogues.

Un premier compte-rendu de l'application des nouvelles règles édictées par cette directive est attendu par la Commission européenne pour chaque État membre d'ici le 19 décembre 2011. La Commission adressera alors au Parlement et au Conseil un rapport global. 12 États membres ont été récemment rappelés à l'ordre par la Commission européenne pour ne pas avoir transposé dans leur législation nationale la directive SMA. Il s'agit de l'Autriche, Chypre, l'Estonie, la Grèce, la Finlande, la Hongrie, la Lituanie, le Luxembourg, la Lettonie, la Pologne, le Portugal et la Slovaquie. La législation française a quant à elle été mise en conformité pour grande partie en 2009.

La directive sur les services de médias audiovisuels peut être consultée à l'adresse suivante :

http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/tvwf/index_fr.htm

Fiche consacrée à la Directive SMA sur le site de la DDM :

http://www.ddm.gouv.fr/rubrique.php3?id_rubrique=94

et du CSA :

http://www.csa.fr/infos/textes/textes_detail.php?id=126365

2.2 En France :

- Transposition de la directive et nouveau code du cinéma et de l'image animé.

La VOD dépend à la fois du code national des postes et des communications électroniques, des lois relatives à l'audiovisuel, de la loi pour la confiance dans l'économie numérique, de la loi sur les droits d'auteur et droits voisins dans la société de l'information... D'une manière générale le problème de sa définition juridique a été réglé par la transposition dans le droit français de la

directive européenne sur les services de médias audiovisuels au travers, principalement, de la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision.

Tableau du Sénat reprenant les vecteurs de transposition de la directive en France : <http://www.senat.fr/rap/l08-150/l08-15033.html>

Suite à la loi, le gouvernement a adopté en 2009 une ordonnance instituant un nouveau code du cinéma et de l'image animée. Le Centre Nationale de la Cinématographie, s'il conserve son acronyme (CNC), devient le Centre National du cinéma et de l'image animée. Officialisant ainsi l'extension de son champ d'action, au delà du cinéma, aux domaines de la production audiovisuelle, de la vidéo, de la vidéo à la demande, du jeu vidéo, ...

Le code reprend également le nouveau régime de chronologie des médias (délai de diffusion des films entre leur sortie en salles et les autres modes d'exploitation) institué par la loi n°2009-669 du 12 juin 2009, dit loi « Création et Internet », permettant aux œuvres cinématographiques d'être commercialisées sur supports vidéos 4 mois après leur sortie en salles (avec une possibilité de dérogation à 3 mois minimum). Pour ce qui concerne le délai d'exploitation des œuvres sur les services de médias audiovisuels à la demande, le code prévoit une réglementation par concertation professionnelle.

- Chronologie des médias

En France, les délais de diffusion des œuvres pour les services de VOD ont été négociés via une concertation entre professionnels du secteur qui a donné lieu à la signature d'un accord le 6 juillet 2009. Pour raccourcir le délai de diffusion et favoriser l'offre légale de contenu audiovisuel en ligne, la fenêtre VOD a été alignée sur celle de la vidéo :

- J : sortie en salles
- J + 4 mois : pour les services de VOD payants à l'acte, les sorties vidéos (DVD et Bluray)
- J + 10 mois : 1^{ère} diffusion sur chaînes de TV payantes si accord avec les organisations professionnelles
- J + 12 mois : 1^{ère} diffusion sur chaînes payantes et dans le cadre de services de télévision de rattrapage (hors accord avec les organisations professionnelles)
- J + 22 mois : service de TV en clair (ou autres payant) si les chaînes se sont engagées en faveur de la production cinématographique à hauteur de 3,2% minimum de leur chiffre d'affaire (J + 30 mois sinon)
- J + 36 mois : VOD par abonnement
- J + 48 mois : VOD gratuite

Le principe de la chronologie des médias est nécessaire au modèle français de financement de la production cinématographique française. Les chaînes qui s'engagent dans le financement de la production audiovisuelle nationale, au travers d'accords avec les organisations professionnelles du secteur, bénéficient de meilleur délai de diffusion.

- Financement et promotion de la production nationale et européenne

Egalement au cœur du débat soulevé par la montée en puissance de cette nouvelle fenêtre d'exploitation que constitue la VOD : la participation des éditeurs de services de médias à la demande au financement de la production audiovisuelle nationale.

Les organisations professionnelles nationales souhaitent obtenir des éditeurs de services de VOD des obligations similaires à celles qui existent pour les diffuseurs en matière de promotion des œuvres de langue française et des œuvres européennes. Les chaînes de télévision sont en effet soumises à un régime de quotas de diffusion et de production. Les radiodiffuseurs traditionnels ont des engagements concernant la quantité et l'exposition des œuvres nationales, européennes et indépendantes.

Le décret relatif aux **services de médias audiovisuels à la demande** (SMAD) a été publié au **Journal officiel** le **14 novembre 2010**. Ce décret vise, entre autre, la régulation de la vidéo à la demande en France, notamment en ce qui concerne sa contribution au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles.

Suite à l'avis défavorable du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) publié en octobre, le projet de décret (qui a fait l'objet d'une consultation publique en mars 2010) a été révisé. Le texte prévoit désormais une **participation obligatoire progressive sur 3 ans** (progression de 2% par an) : les services de VOD doivent investir de **11 à 15%** de leurs revenus dans le développement de la production d'œuvres européennes et de **8 à 12%** dans celui de la production d'œuvres d'expression originale française.

Le décret prévoit par ailleurs que le CSA mènera une **consultation publique** et remettra au gouvernement, pour le 2nd semestre 2012, un rapport proposant le cas échéant des modifications.

Consulter le décret n°2010-1379 :

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000023038244&dateTexte=&categorieLien=id>

Un décret complémentaire visant les SMAD relevant de la compétence d'un autre pays européen que la France a été publié au Jo en décembre 2010. Consulter le décret n° 2010-1593 du 17 décembre 2010 :

http://www.journal-officiel.gouv.fr/publication/2010/1219/joe_20101219_0294_sx00.html?verifBaseDir=/verifier¬Verif=0&verifMod=load.php&verifExplMod=attente.php&ficBaseDir=./publication/2010/1219&joDate=19/12/2010#test29

Un rapport du CNC sur le développement des SMAD et leur impact sur la création a été publié en janvier 2011. Commandé à **Sylvie Hubac**, présidente du Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique, ce rapport salue le dynamisme du secteur de la VOD en France mais souligne que l'offre est toujours insatisfaisante pour le consommateur et que le modèle économique des éditeurs y est moins favorable que pour d'autres modes de distribution. Le rapport formule plusieurs propositions : la révision du régime de chronologie des médias, l'accès, sous certaines conditions, des éditeurs de service de VOD aux réseaux des fournisseurs d'accès à internet, le **renforcement des soutiens** financiers du CNC à la VOD et l'ouverture de **négociations** en vue de la signature d'un nouvel accord garantissant la rémunération des auteurs dans le cadre d'une gestion collective.

Le rapport est consultable à l'adresse suivante :

<http://www.cnc.fr/Site/Template/T1.aspx?VERSION=UPD&SELECTID=4128>

- **Protection des droits d'auteurs :**

L'offre dématérialisée des œuvres cinématographiques et audiovisuelles a soulevé chez les professionnels du secteur de fortes craintes liées à la montée en puissance du piratage.

L'offre gratuite que constitue le piratage exerçant une pression tarifaire sur les offres légales mais aussi une pression sur le délai de disponibilité des œuvres, la chronologie des médias a été modifiée principalement pour contrecarrer le piratage.

Le rapport Olivennes recommandait d'accélérer la mise à disposition d'offre légale par le biais de la VOD parallèlement à des mesures contre le piratage. La loi « Création et Internet » (ou loi Hadopi) promulguée le 12 juin 2009, a pour vocation de remplir ces 2 objectifs.

Elle met en place une autorité publique indépendante chargée de la surveillance des droits d'auteurs : l'Hadopi (pour Haute Autorité pour la Diffusion des Œuvres et la Protection des droits sur Internet) ainsi qu'un mécanisme de « désincitation » pour sensibiliser les internautes aux « méfaits » du piratage à travers un mécanisme de réponse graduée (2 étapes préventives puis éventuellement une étape finale répressive en cas de téléchargement illégal).

LES INTERVENANTS DU SECTEUR

1) L'OFFRE

En Europe, l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel recensait dans son rapport sur la VOD et la télévision de rattrapage publié en octobre 2009 (téléchargeable gratuitement sur le site de l'Observatoire) 696 services de médias audiovisuels à la demande.

En France, à l'heure actuelle, l'offre se décline via les opérateurs télécom, les chaînes de télévision, les équipementiers, les détenteurs de droits...
La présentation qui suit n'est pas exhaustive.

1.1 Les Fournisseurs d'Accès Internet (FAI) :

Aujourd'hui, en France, tous les FAI ou presque proposent un service de vidéo à la demande :

Free : propose 7 services de vidéo à la demande couvrant toutes les thématiques : cinéma, séries, dessins animés, mangas, musique, documentaire et adulte avec plus de 10 000 références annoncées. La Freebox, qui techniquement pourrait proposer tous les canaux télé en rattrapage, se contente de proposer les offres VOD classiques et payantes des chaînes : M6 (m6video.fr), TF1Vision (qui inclut la catch-up), Canalplay (l'offre VOD de Canal+). La Freebox diffuse également en catch-up Vodeo.tv, l-concert et d'autres offres de programmes thématiques. A noter que la Freebox propose Canalplus à la demande aux abonnés Canal+.

Orange : le service « 24/24 Vidéo » propose plus de 3000 vidéos dont une sélection de films et documentaires en Haute Définition. Le catalogue Orange est disponible sur la télévision via la LiveBox Orange et en grande partie sur internet via le service 24/24 Vidéo. Possibilité de location pour un visionnage en streaming (24 heures pour voir le film à compter du lancement de la lecture) ou téléchargement temporaire (7 jours pour lancer le film puis 24 heures pour finir la lecture) ou d'achat définitif des VOD.

Numericable : propose la location de plus de 13 000 programmes via des « boutiques VOD » partenaires (Canal Play, TF1 Vision, Filmotv, Virginmega, Pass Vodeo, Arte VOD, Nickelodeon...).

Neuf/SFR : plus de 10 000 titres (cinéma, séries, TV, jeunesse, documentaires, spectacles, concerts...) disponibles à partir de la Neufbox SFR. L'offre est disponible via la box Neuf/SFR pour le poste de télévision et sur internet via le PC. Elle se décline en location ou achat définitif.

Bouygues : le service VOD de la Bbox est celui proposé par TF1 (TF1 Vision).

Dartybox : plus de 3000 titres annoncés (film, dessin animé, documentaire ou un épisode de série TV...).

1.2 Les Chaînes de Télévision* :

En France, les diffuseurs « historiques » se sont intéressés plus tardivement à ce marché mais ont désormais rattrapé leur retard avec notamment leurs offres de *catch-up TV* (télévision de rattrapage – payante ou gratuite). Selon GFK/NPA, en 2010, c'est le circuit TV qui dominait le marché avec 95% des transactions de la VOD. L'offre des diffuseurs est principalement concentrée autour des œuvres programmées sur leur réseau.

TF1 : <http://www.tf1vision.com/>

Enseigne VOD du Groupe TF1, TF1 Vision met à disposition plus de 6000 vidéos. On y retrouve l'essentiel des nouveautés et même, en exclusivité, les séries TV diffusées par la chaîne comme *Lost* ou *Dr House* en VF et en VOST peu de temps après leur passage aux Etats-Unis. Certains contenus sont disponibles en HD. Le téléspectateur peut louer ou acheter définitivement son programme. Dans le cas de la location il a 24 ou 48 heures pour visionner la vidéo en streaming et 30 jours pour lancer la vidéo puis 24 ou 48 heures pour la regarder dans le cas d'un téléchargement temporaire.

A noter que TF1 Vision est notamment disponible sur Freebox, SFR Neufbox et Livebox Orange.

A noter également que l'offre de télévision de rattrapage de TF1 est incluse dans son offre de VOD payante TF1Vision. TF1 offre pourtant la possibilité de revoir les JT gratuitement sur tf1.fr.

France Télévisions : <http://www.francetvod.fr/>

Un catalogue là aussi principalement basé sur les programmes de l'ensemble du groupe France Télévisions (France O, France 2, France 3, France 4 et France 5) avec les rubriques films, documentaires, jeunesse, sport, magazines, séries. Les programmes s'obtiennent en achat définitif ou en location 24 heures. Francetvod est présent sur les Livebox Orange.

A noter : 24/24TV, la télévision de rattrapage du groupe France Télévisions, est également disponible sur Orange.

Canal Plus : www.canalplay.com

8000 vidéos de films, séries, dessins animés... disponibles à la vente ou en location.

Canalplay gère par ailleurs la plateforme d'Allociné, le site consacré à l'actualité cinématographique qui propose également un service de téléchargement.

Arte : <http://www.artevod.com>

Le catalogue propose plus de 2000 références, basées sur les programmes d'Arte : documentaires, films, magazines et spectacles, en achat définitif ou en location. Une option "DVD à la demande" permet par ailleurs de faire graver sur disque DVD (le disque est ensuite envoyé par la poste) les contenus du catalogue ce qui permet la lecture sur le lecteur de salon.

M6 : <http://www.m6vod.fr/>

La plateforme de VOD de M6, disponible sur Freebox, Orange et SFR NeufBox, est fournie par Glowria/Video Futur, ce qui permet à M6 de pouvoir proposer un large catalogue avec comme pour TF1 Vision l'exclusivité de certaines séries diffusées par la chaîne (*Californication* par exemple). A noter qu'un abonnement mensuel permet d'accéder au contenu séries TV de manière intensive.

* Sources :

<http://www.rollins.fr/guide-television-de-rattrapage/925/>

<http://www.lemagvod.fr/guides-vod/les-catalogues-vod-de-chaines-de-television/>

1.3 Les Circuits de Distribution :

Virgin : <http://www.virginmega.fr/>

Le site des Virgin Mega Stores, outre son activité « classique » de ventes de CD, DVD, jeux vidéo, billetterie... propose plus de 7000 œuvres (films, séries TV ; dessins animés, reportages, documentaires, courts métrages...) en VOD. 2 formules sont proposées : à la location ou en achat définitif.

Videofutur : <http://www.videofutur.fr>

Leader de la location DVD en France, le groupe VideoFutur s'est également lancé dans la vidéo à la demande au travers notamment de nombreux partenariats signés avec la plupart des producteurs et distributeurs (dont Warner Bros, Universal, Sony Pictures, Paramount, Europa Corp, Pathé...). Le site revendique plus de 5000 vidéos et films à télécharger sur l'ordinateur ou la télévision.

1.4 Les Constructeurs / Equipementiers* :

Apple : installée en Europe au Luxembourg à travers iTunes S.a.r.l, la marque à la pomme commercialise essentiellement de la musique et des vidéos musicales en vue de leur consommation sur iPod ou iPhone. Dans 3 pays (Royaume-Uni, Allemagne et France), elle distribue des programmes de télévision. Pour l'instant une distribution de films existe uniquement au Royaume-Uni.

Microsoft : un service de téléchargement de films est proposé sur la Xbox en France, en Allemagne, au Royaume-Uni et en Irlande. Par ailleurs, le portail Internet de Microsoft, MSN, a lancé un service de VOD gratuit en Allemagne, Autriche et Suisse proposant un catalogue de films.

Sony : par le biais de sa filiale britannique Sony Computer Entertainment Europe, la multinationale japonaise a lancé le service Go!View, qui permet aux détenteurs d'une PSP au Royaume-Uni et en Irlande de télécharger des films, épisodes de séries télévisées ou événements sportifs via Internet

* Sources : Observatoire Européen de l'Audiovisuel
(http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/vod_2009.pdf)

1.5 Les Autres Intervenants du Secteur Audiovisuel* :

Carlotta Films : <http://www.carlottavod.com/vod.html>

La société de distribution Carlotta propose un site éditorialisé qui se concentre sur quelques classiques du Cinéma. La location dure 48 heures.

Cinezime : <http://www.cinezime.fr/>

5008 films en aout 2011, plutôt des productions indépendantes que celles des grands studios, en location ou en achat définitif.

Dissidenz : <http://www.dissidenz.com/>

Dissidenz est à la fois un portail internet indépendant dédié au cinéma d'auteur et une plateforme de distribution alternative. Le site met l'accent sur le contenu éditorial et s'inscrit dans une logique de défense du cinéma indépendant.

Les Editions Montparnasse :

<http://www.editionsmontparnasse.fr/> & <http://www.filmclassiques.fr/>

Documentaires, standards du cinéma mondial et de films indépendants français, en location uniquement.

European Film Treasure : <http://www.europafilmtreasures.fr/>

Voir chapitre consacré aux sites ayant reçu un soutien du Programme MEDIA.

FilmoTV : <http://www.filmotv.fr/>

Voir chapitre consacré aux sites ayant reçu un soutien du Programme MEDIA.

Imineo : <http://www.imineo.com/>

Né en 2004 et historiquement le 2^{ème} site de VOD lancé en France, Imineo annonce plus de 11 000 VOD disponibles : films mais aussi séries, documentaires, loisirs, cours de musique ou encore spectacles ou émission pour la jeunesse...

INA.fr : <http://www.ina.fr/>

L'Institut National de l'Audiovisuel propose dans sa boutique en ligne le téléchargement de plus de 25 000 heures issues de la télévision et radio française (hors film). De nouveaux contenus sont ajoutés sur le site chaque jour.

Medici : <http://www.medici.tv>

Voir chapitre consacré aux sites ayant reçu un soutien du Programme MEDIA.

Universciné : <http://www.universcine.com>

Voir chapitre consacré aux sites ayant reçu un soutien du Programme MEDIA.

Vidéo à Volonté : <http://www.videoavolonte.com/>

En HD et en streaming, présent sur iPhone et iPad, ce site fonctionne sur le principe de la location, avec possibilité de carte prépayée. 4840 vidéos disponibles : films, séries-tv, documentaires, dessins animés ou mangas.

Vodeo : <http://www.vodeo.tv/>

Créé par la Banque Audiovisuelle, Vodéo se présente comme la 1^{ère} offre légale de documentaires et reportages en VOD (pas de film).

* Sources :

<http://www.telechargement-films.com/sites-pour-telecharger.htm>

<http://www.lemagvod.fr/guide-de-la-video-a-la-demande/>

2) LES AUTRES INTERVENANTS DU SECTEUR AUDIOVISUEL

Syndicat de l'Édition Vidéo Numérique (SEVN) : 10 rue de Richelieu – 75001 Paris - Tel : 01 42 25 33 04 - Fax : 01 45 63 36 46 - E-mail : info@sevn.fr - Site web : www.sevn.fr

International Video Federation : 83 rue Ducale - 1000 Bruxelles - Belgique – Tel : 00 32 2 503 40 63 - Fax : 00 32 2 503 37 19 – Site web : www.ivf-video.org

GfK Retail and Technology France : 10 Rue Lionel Terray - 92508 Rueil-Malmaison Cedex - Tel : 01 47 14 44 00 - Fax : 01 47 14 44 99 - E-mail : contact-fr@gfkr.com Site web : www.gfkr.com/france/

NPA Conseil : 102-104 avenue Edouard Vaillant - 92100 Boulogne-Billancourt - Tel : 01 41 31 99 20 - Fax : 01 41 31 08 51 – Site web : www.npaconseil.com

3) LES ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES

ARCEP : Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes - 7 square Max Hymans - 75015 Paris – Site web : <http://www.arcep.fr/>

CNC : Centre National du Cinéma et de l'Image Animé – 12 rue de Lübeck – 75016 Paris : Tel : 01 44 34 34 40 – Site web : <http://cnc.fr>

CSA : Conseil Supérieur de l'Audiovisuel – 39/43 Quai André Citroën - Tour Mirabeau - 75015 Paris – Tel : 01 40 58 38 00 – Fax : 01 45 79 00 06 - Site web : <http://www.csa.fr>

DGMIC (ex DDM) : Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles - Immeuble des Bons enfants - 182 rue Saint Honoré - 75001 Paris - Tel : 01 40 15 80 00 – Site web : <http://www.ddm.gouv.fr/>

LES MODÈLES ÉCONOMIQUES

Selon une nomenclature proposé par le CNC dans son étude parue en mars 2008 sur l'Économie de la VOD en France (téléchargeable gratuitement sur le site du CNC), il existe 4 principaux modèles de VOD :

- **La location ou téléchargement temporaire** : le client acquiert la possibilité de visionner le film pour une durée limitée (de 24 à 48h) ou pour un nombre limité de visionnages. Des offres groupées (« packs ») peuvent être proposées au client où celui-ci préachète un nombre de téléchargements temporaires.

- **L'Achat ou téléchargement définitif** : le fichier est acquis définitivement par le client pour une consommation illimitée. Dans certains cas, le client peut acquérir le droit de graver le fichier sur un DVD ou de le copier sur un terminal mobile.

- **L'Abonnement** : moyennant un abonnement mensuel, le client accède librement en téléchargement temporaire à un catalogue de programmes. L'accès peut être sans limite ou à concurrence d'un nombre de films ou d'un plafond de consommation fixé mensuellement.

- **Diffusion gratuite de programmes vidéo financés par la publicité** : offre gratuite de programmes à la demande financée par de la publicité. C'est notamment le modèle de la télévision de rattrapage, non assimilée dans ce focus à la VOD.

Il faut rappeler qu'en France, le modèle économique est partiellement lié au cadre juridique (voir chapitre consacré au cadre légal – chronologie des médias).

Selon une étude menée en mai 2007 par le cabinet américain Forrester Research, le marché de la VOD payante devrait passer à court terme d'un modèle de paiement à l'acte à la prédominance des modèles par abonnement et visionnage « gratuit », le 1^{er} concernant majoritairement les films de cinéma, le 2^{ème} plus probablement les émissions de TV et les séries télévisées.

LES SOUTIENS

1) LES SOUTIENS NATIONAUX (CNC)

- **Aide à l'exploitation d'œuvres française et européenne en vidéo à la demande** :

Lancé en 2008, cet appel à projet du CNC est renouvelé chaque année et dispose de 2 commissions d'évaluations par an. Il vise à favoriser l'exploitation des catalogues, la diversité de l'offre et l'exposition des œuvres françaises et européennes en VOD.

2 types d'aide sont proposés :

- une aide pour les détenteurs d'un catalogue de droits VOD : numérisation et enrichissement éditorial pour les œuvres cinématographiques et/ou audiovisuelles françaises et européennes de catalogue.

- une aide pour les éditeurs de services VOD: soutien à la numérisation, la mise en ligne et l'éditorialisation d'un catalogue d'œuvres cinématographiques et/ou audiovisuelles françaises et européennes sur leur service de VOD.

- **Majoration VOD de l'aide sélective à l'édition vidéo** :

Le soutien sélectif à la vidéo du CNC dispose d'un système de majoration des subventions accordées pour les éditeurs vidéos qui développent une démarche d'exploitation complémentaire en DVD et en VOD. Cette majoration n'est accordée que si l'œuvre bénéficie d'une subvention sélective pour son édition en DVD.

2) LES SOUTIENS EUROPÉENS (MEDIA)

Le Programme MEDIA a mis en place, dans le cadre de son volet de soutien aux nouvelles technologies, une aide à la VOD et à la distribution cinéma numérique qui vise à soutenir la création et l'exploitation de catalogues d'œuvres européennes destinées à être distribuées numériquement à travers les frontières à un large public. Un appel à proposition est lancé une fois par an.

Est éligible toute organisation ou groupement d'organisations européen ayant comme activité audiovisuelle principale la production, la distribution, l'exploitation et l'agrégation de contenus, non détenue majoritairement par un diffuseur ou un opérateur télécom.

Celles-ci doivent proposer un **service de VOD** permettant au spectateur d'accéder directement chez lui à une œuvre audiovisuelle via un serveur central. Les contenus éligibles sont prioritairement des œuvres (unitaire ou en série) pour le cinéma ou la télévision (fiction, animation, documentaire), ou des contenus alternatifs (making of, opéras, concerts, spectacles).

Les projets soumis doivent offrir une **dimension européenne**, ce qui signifie que le contenu proposé doit inclure des œuvres audiovisuelles d'au moins **5 pays** éligibles représentant au moins **5 langues** officielles différentes de l'Union européenne. Pas plus de 40% du contenu (en heures de programme) ne peuvent provenir d'un seul territoire.

MEDIA peut subventionner jusqu'à **50% des coûts éligibles**, plafonnés à **1 million d'euros** par projet : coûts de personnel, frais de voyage et d'équipement, coûts de numérisation et de sous-titrage, système de sécurité numérique, publicité et promotion.

Les projets soumis sont évalués par un comité d'experts indépendants au regard des critères suivants : catalogue et ligne éditoriale, dimension européenne du catalogue, qualité et rapport coût-efficacité du plan d'affaires, groupement et effet de réseau, public cible, impact potentiel et aspects innovants de l'action.

Voir la page dédié à ce soutien sur le site MEDIA France :

<http://www.mediafrance.eu/spip.php?article16>

CONCLUSION

Si la VOD constitue une priorité dans la stratégie de développement de l'industrie audiovisuel à l'heure actuelle, force est de constater que ce marché n'est encore qu'émergent. Sa consolidation butte en effet sur plusieurs obstacles liés aux difficultés d'exploitation des droits, à la crainte du piratage et au morcellement du marché européen.

Alors que Netflix, le leader du marché de la VOD aux États-Unis entame son implantation en Espagne et en Angleterre, la VOD continue de chercher ses marques en Europe. Or ces nouvelles plateformes sont une bonne opportunité de faire exister les films européens dans un marché où le niveau de production record en Europe et la concurrence des productions américaines limite la place accordée en salles aux films indépendants, art et essais et européens.

La Commission européenne a d'ailleurs récemment publié un « livre vert »¹ sur la distribution en ligne d'œuvres audiovisuelles afin de recueillir différentes opinions sur la meilleure façon de saisir ces opportunités et d'évoluer vers un marché unique européen du numérique.

1

http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/docs/2011/audiovisual/green_paper_COM2011_427_en.pdf

PLATEFORMES SOUTENUES PAR MEDIA

univers|ciné

UniversCiné (<http://www.universcine.com>) est une initiative lancée par une cinquantaine de producteurs et distributeurs indépendants français. Porté par la société Le Meilleur du Cinéma, UniversCiné est dédié aux **films art-et-essai indépendants**. Le catalogue compte 1593 films disponibles en paiement à l'acte ou sous forme d'abonnement via le CinéPass. Le site propose notamment une collection « EuroVOD », un catalogue de films indépendants européens distribués simultanément dans 6 pays (France, Belgique, Suisse, Allemagne, Irlande et Espagne) par les plateformes VOD du réseau et pour la plupart inédits en France.

MUBI

Anciennement Theauteurs.com, **MUBI Europe** (<http://mubi.com>) est une plateforme de VOD créée par Bazaar Inc et Celluloïd Dreams, société française de vente internationale et de production de films. Elle propose à une communauté de cinéphiles un large catalogue de films indépendants et de classiques du monde entier. Les films du catalogue sont disponibles en ligne et via la console de jeu Sony, PlayStation. (Voir l'interview dans la rubrique : « Le Point de Vue des Professionnels »)

realeyz BETA
films like you.

Développé en 2009 par EYZ Media GbR (Allemagne), **realeyz.tv** (<http://www.realeyz.tv>) se conçoit à la fois comme un cinéma, un magazine et une communauté. Y sont disponibles en streaming des documentaires engagés, des fictions indépendantes et des films situés entre plusieurs genres mais en dehors des films *mainstream*. La plateforme est disponible en allemand, en français et en anglais. Le site permet notamment d'organiser des séances à plusieurs et de s'entretenir avec les autres internautes pendant la « séance » grâce à la fonction « chat » du lecteur.


ORIGINAL#INDEPENDIENTE
Filmin

Lancée à l'initiative de 8 sociétés de production et distribution **espagnoles** (Alta Films, Cameo, Continental, El Deseo, Golem, Tornasol, Wanda Visión et Vértigo Films), la plateforme **Filmin** (<http://www.filmin.es>) propose une sélection de longs métrages indépendants européens en téléchargement ou en streaming. La plateforme est accessible depuis un téléphone portable via une application à télécharger. Les internautes peuvent également y déposer leurs courts métrages ou photomontages et échanger entre eux à propos des films.

FILMladen DOWNLOAD PORTAL

Filmladen (<http://download.filmladen.at>) est une plateforme **autrichienne** de téléchargement de film développée en 2007 par Filmladen Filmverleih GmbH. Elle propose principalement des films art et essai européens.

Flimmit beta
EASY ▶ TRUSTED ▶ LEGAL

Flimmit (<http://www.flimmit.com>) est la plus importante plateforme internet dédiée au cinéma en **Autriche**. Elle propose une base d'information sur près de 75000 films, dont plus de 600 films disponibles en VOD. La plateforme VOD a été lancée en 2010.



Film is Now (www.filmisnow.it), plateforme **italienne** de VOD, propose plus de 700 films (cinéma et télévision) en téléchargement et en location. Elle a été développée en 2008 par Reti in Rete.



Lancé en 2008 par Wild Bunch (producteur, distributeur et exportateur de films basé en France), **Filmotv** (www.filmotv.com) est une offre de SVOD (VOD par **abonnement**) qui propose une sélection de 50 films par mois (renouvelée pour moitié tous les mois). Les films sont présentés dans des vidéos par leurs auteurs ou des journalistes. Par ailleurs, Filmotv propose un espace de location (VOD locative à l'acte) pour des films de nouveauté et de catalogue.



La plateforme **Curzon Film On Demand** (CFOD) a été développée en 2010 par Curzon Cinéma, un des principaux exploitants de salles du **Royaume-Uni** à proposer des films indépendants et des films en langues étrangères. Intégrée sur son site www.curzoncinemas.com qui renseigne également sur ses sales, leur programmation et sur les sorties à venir, la plateforme propose en vidéo à la demande une sélection de films récents en haute qualité.



FIDD (*Filmmakers' Independent Digital Distribution*), compagnie **scandinave** détenue à 50% par 125 cinéastes indépendants (Zentropa, Angel Film, Bille August au Danemark, Göta Film, WG Film, PeÅ Holmquist en Suède, Motlys, 41½ en Norvège, Kinotar en Finlande, Saga Film en Islande...), propose plus de 1000 films en ligne, principalement des longs métrages, séries TV et documentaires. Les films sont accessibles en location ou par abonnement sur la plateforme **Movieurope** : <http://www.movieurope.com>.

Plateformes VOD dédiées aux courts métrages :



Daazo.com est un site web dédié aux **courts métrages** professionnels qui propose également une plateforme en ligne pour les jeunes cinéastes. Lancé en 2008 par Daazo Film-es Mediaszogatato (Hongrie), le site propose gratuitement une sélection des meilleurs courts métrages européens récents et accompagne les jeunes créateurs dans la distribution de leurs œuvres.



Kiwi Media (Espagne) propose depuis 2008 une plateforme VOD pour téléphone portable dédié au court métrage : **Shortz!** (<http://www.shortz-tv.com>). La plateforme met à disposition gratuitement une sélection de courts métrages européens sélectionnés en festival.

Plateformes VOD dédiées au documentaire :



Développé en 2008 par **Mercury Media International** (Royaume-Uni), joiningthedocs.tv est une plateforme de VOD proposant à une audience européenne une sélection de longs métrages documentaires et qui permet aux documentaristes de charger directement leurs films sur internet.



Doc Alliance Films (<http://docalliancefilms.com>) est une plateforme en ligne de documentaires européens et internationaux qui propose aux internautes, depuis 2009, une programmation de plus de 250 documentaires de création issus des sélections de différents festivals européens dédiés à ce genre : Visions du Réel, Dok Leipzig, Planet Doc Review Warsaw, CPH: Dox Copenhagen, IDFF Jihlava. Le portail est accessible en 6 langues (allemand, anglais, danois, français, polonais et tchèque).



Docsonline (www.docsonline.tv) réunit une collection de documentaires de création classiques et récents et les propose aux internautes, moyennant une souscription dont la moitié revient directement aux ayants droits. Les documentaristes ont la possibilité d'y soumettre leur film et d'en faire directement la promotion. La plateforme a été développée en 2007 par Stichting docsonline (Pays-Bas).

Plateformes VOD spécialisées :



Le projet **Brightwide**, lancé en 2009 par ADM Media (Royaume-Uni) a pour vocation de proposer, à l'échelle européenne, un portail de projection en ligne dédié au **cinéma politiquement et socialement engagé**. Développé sur le modèle d'un festival virtuel il permet également de faire le pont entre les cinéastes, le public et les organisations non gouvernementales qui s'impliquent sur le terrain.



Créé par Idéale Audience (France) en 2008, **Medici.tv** (<http://www.medici.tv>) propose d'assister en ligne et en direct (puis en différé), au concert, à l'opéra et au ballet. Plus de 200 événements de **musique classique** sont diffusés sur la plateforme chaque année. Par ailleurs, Medici.tv propose plus de 600 programmes en VOD disponibles à la location (streaming) : des films d'archives sur de grands artistes du passé, une sélection de documentaires sur des interprètes ou des compositeurs... Le site rassemble une communauté mondiale de mélomanes provenant de 182 pays et connaît une audience moyenne de 80 000 visiteurs uniques chaque mois. L'accès se fait sur abonnement (accès au catalogue complet) ou sur inscription gratuite (accès restreint). Le site est disponible en anglais, en français, en japonais et en chinois.



Europa Film Treasures (<http://www.europafilmtreasures.eu>) propose gratuitement en streaming depuis 2008, une sélection d'**œuvres du patrimoine cinématographique européen** (149 films à ce jour) tirées des collections de 30 cinémathèques publiques ou privées implantées dans 19 pays d'Europe. Créé par Lobster Films cette plateforme est disponible en anglais, français, espagnol, italien et allemand. (Voir l'interview dans la rubrique : « Le Point de Vue des Professionnels »).

LE POINT DE VUE DES PROFESSIONNELS

A l'occasion de la publication de sa lettre d'information annuelle, le MEDIA Desk France s'est entretenu en mai 2010 avec Hengameh Panahi, fondatrice et dirigeante de Celluloïd Dreams, à l'origine du lancement de la plateforme VOD **TheAuteurs.com** (aujourd'hui MUBI Europe) et, en mai 2011, avec Claire Gadéat et Delphine Jaquet, en charge de la plateforme VOD **Europa Film Treasures**.

THEAUTEURS.COM : UNE VOD PLEINE D'IDÉES

TheAuteurs.com est une plateforme de VOD créée par Bazaar Inc et Celluloïd Dreams, société de vente internationale et de production de films connue pour ses choix ambitieux. Hengameh Panahi, fondatrice et dirigeante de la société, nous présente ce site dont la 1ère version a été mise en ligne en novembre dernier avec le soutien du Programme MEDIA.

La VOD propose, grâce aux nouvelles technologies, un nouveau mode de distribution des films. Qu'est-ce que vous a décidée à vous lancer sur ce marché ?



Hengameh Panahi : Celluloïd Dreams a toujours pratiqué le concept de l'international « à double sens », favorisant ainsi l'échange culturel en distribuant les films de tous les pays vers tous les pays. Aujourd'hui, Internet et les innovations numériques bousculent les paradigmes en place et nous amènent à repenser notre métier, tout en nous offrant de nouvelles perspectives. Notre plate-forme VOD est donc le développement logique de notre activité de distribution internationale.

Pensez-vous que le marché européen soit prêt à « consommer » du cinéma via internet ?

La culture Internet est une culture d'échanges, mais aussi de gratuité. Le marché existe et s'il n'est pas simple de convaincre les internautes de payer pour accéder à un bien culturel, ce n'est pas en les pénalisant qu'on changera leurs habitudes. Nous préférons les encourager vers la légalité en leur offrant une meilleure qualité, un cadre légal, des contacts avec les metteurs en scène, de l'inédit, des bonus, des forums et de l'interactivité.

Quelle est la ligne éditoriale de theauteurs.com ?

Comme le nom du site l'indique, il s'agit du « cinéma d'auteur » : notre vocation est de mettre en valeur le travail des réalisateurs. Nous élargissons volontiers la notion de cinéphilie au « cinéma de qualité » en général afin d'atteindre les jeunes spectateurs et de leur transmettre une culture cinématographique.

Ainsi lorsque sur notre forum, un Américain de 14 ans ayant vu son premier Buñuel, demande aux membres de notre réseau social (qui compte à ce jour 60 000 membres contre 13 000 au mois de novembre) ce qu'il doit voir par la suite, cela illustre parfaitement notre volonté d'éducation du jeune public. Il faut s'exposer au beau, à la qualité pour l'apprécier : le goût se cultive.

TheAuteurs.com affiche par ailleurs sa diversité culturelle et son identité européenne : 22 nationalités et 16 langues européennes sont représentées parmi les 210 films européens disponibles sur le site. 87 d'entre eux sont d'ailleurs disponibles à l'international (dans plus de 120 territoires). Ce qui nous différencie fondamentalement des autres plateformes VOD est la complémentarité de l'association entre une start-up de la Silicon Valley et une société de distribution internationale. TheAuteurs.com marie la meilleure technologie numérique à une connaissance de l'industrie cinématographique mondiale de 30 ans.

Et d'un point de vue économique, quel est votre positionnement ?

Comme aucun modèle économique ne s'est imposé sur ce nouveau marché, nous voulons tout tester : *streaming* à l'acte, location temporaire, abonnement, téléchargement définitif, disponible après Cannes, et modèle gratuit financé par la publicité. Notre politique de prix est adaptée à la réalité des marchés. Nous pensons que le modèle viable à long terme vis-à-vis du public ainsi que des ayants droits est le modèle gratuit payé par la publicité que nous développerons dès que le trafic le permettra.

MEDIA vous soutient financièrement dans cette aventure. Comment percevez-vous l'aide de ce programme ?

Il est important de laisser, et donc d'aider, les opérateurs indépendants du secteur concevoir le futur modèle. D'autres acteurs plus puissants financièrement comme les télécoms, les télévisions ou les studios auront bientôt leurs modèles économiques, mais nous n'avons pas les mêmes objectifs. Nous avons la connaissance du métier, la vision de demain et savons identifier les problèmes à contourner. Mais en tant que PME, nous avons peu de moyens, surtout dans la crise financière actuelle. Sans le soutien de MEDIA, nous irions sans doute plus lentement dans nos développements et arriverions moins loin. Nous en sommes encore au stade de projet pilote : nous testons des choses, explorons les possibles et améliorons sans cesse notre approche et nos outils.

Les freins au développement de la VOD ne sont donc pas technologiques ?

Notre association stratégique avec Bazaar résout les handicaps technologiques. Nous sommes d'ailleurs référencés comme la plateforme offrant la meilleure qualité d'image et de design. Les freins sont juridiques, administratifs, linguistiques. L'acquisition se fait pays par pays avec les distributeurs pour avoir les films sortis en salle et avoir accès à la langue du pays, ou avec les vendeurs internationaux pour acheter les films non vendus sur plusieurs territoires.

La chronologie des médias change en juin prochain. Vous pensez que diminuer le délai de 6 à 4 mois va accélérer le marché de la VOD ?

Rendre l'accès légal plus simple et plus rapide est la meilleure manière de contourner la piraterie ! On ne peut pas rester dans un modèle qui avait certainement ses vertus mais qui n'est plus adapté au contexte actuel.

Pour conclure, quels sont vos prochains défis ?

Dans les prochains mois, nous allons approfondir notre localisation et proposer à nos distributeurs des idées de promotion en ligne pour leurs nouvelles sorties. Nous avons conçu des idées de marketing en ligne attirantes et ludiques – en interactivité avec notre communauté – afin

d'aller au delà de la promotion classique ; bande annonce, affiche et programmation. Nous testons en ce moment trois sorties de films dont deux aux Etats-Unis et une en Grande-Bretagne. Nous allons créer des salles de cinéma virtuelles sur la plateforme, avec une programmation thématique et envisageons également la promotion des salles de cinéma « réelles » dont la programmation correspond à nos critères. Et même essayer avec elles de lancer des sorties numériques directes quand il n'y a pas de distributeur sur un film. Les idées ne manquent pas car tout est à faire! Les possibilités sont illimitées et excitantes.

<http://mubi.com/>

MUBI EUROPE LOGIN | SIGN UP

Welcome to MUBI.
Your online cinema. Anytime, anywhere. **SIGN UP!** OR Log In with Facebook

FILMS ▾ NOTEBOOK LISTS FESTIVALS PEOPLE FORUM GARAGE SEARCH

PRICING

PREMIUM	€4.99
FEATURES	€3.59
SHORTS	€0.99
...AND SOME ARE FREE	

SUBSCRIPTION €12.99
Unlimited features and shorts

GENRES

- ACTION ANIMATION
- COMÉDIE
- DOCUMENTAIRE DRAME
- FANTASTIQUE BIOPIC
- HORREUR
- COMÉDIE MUSICALE
- SCIENCE-FICTION
- COURT MÉTRAGE SPORT
- THRILLER AVANT-GARDE
- POLICIER ROMANTIQUE

FEATURED

SOMBRE
France 1998
DIR Philippe Grandrieux

Jean tue. Il rencontre Claire, elle est vierge. Claire aime Jean. Elle reconnaît à travers les gestes de Jean, sa maladresse, sa brutalité, elle reconnaît ce qui obscurément la retient elle aussi hors du monde.

WATCH FILM €3.59

FILMS

most popular most viewed new premium free

 DEAD MAN États-Unis 1995 DIR Jim Jarmusch WATCH FILM €3.59	 O' BROTHER États-Unis 2000 DIR Joel Coen & Ethan Coen WATCH FILM €3.59	 RÉPULSION Royaume-Uni 1965 DIR Roman Polanski WATCH FILM €3.59
---	---	---

LES TRÉSORS DU CINÉMA EUROPÉEN SUR LA TOILE

Europa Film Treasures propose gratuitement depuis 2008, une sélection d'œuvres du patrimoine cinématographique européen – 149 films à ce jour ! - tirées des collections de 30 cinémathèques publiques ou privées implantées dans 19 pays d'Europe. Plus d'1 500 000 visiteurs et 18 millions de pages vues après son lancement, Claire Gadéa revient sur 3 années d'aventure et, avec sa nouvelle collaboratrice Delphine Jaquet, nous confie les futurs chantiers de cette cinémathèque du web.

Comment est née l'idée d'Europa Film Treasures ? Quand et comment s'est passée la mise en œuvre du projet ?



Claire Gadéa : L'idée de ce projet, au tout début, c'était de réunir des cinémathèques européennes et de faire, comme il y a eu aux États-Unis « les trésors des archives américaines », un objet : un coffret DVD des trésors des archives européennes. C'est tout ce que Serge Bromberg (ndlr : créateur et directeur de *Lobster Films*) a fait auparavant qui lui a permis de pouvoir commencer à discuter de ce projet avec les cinémathèques, et ça lui a pris près de 5 ans. C'est un travail de titan ! Il s'est dit : « réunir 30 cinémathèques dès le départ, ce n'est pas possible. On va en réunir 10, celles qui nous semblent plus proches et plus actives. Les autres se rajouteront après ». Dès qu'on a eu les 10 cinémathèques, Serge Bromberg est allé voir la Commission européenne pour présenter son projet. Et finalement, l'idée de présenter ces films sur une plateforme Internet plutôt qu'à travers un coffret DVD est née de la rencontre entre Serge Bromberg et Christophe Forax (membre du cabinet de la Commissaire Viviane Reding, à l'époque en charge du Programme MEDIA : ndlr) qui lui a conseillé d'aller plutôt sur des nouvelles technologies d'autant qu'un nouvel appel à propositions MEDIA pour la VOD allait bientôt sortir. Serge est revenu en disant « si on n'a pas l'Europe avec nous, c'est complètement idiot ! C'est un projet tellement en lien avec leur politique de soutien qu'il faut qu'ils soient partie prenante ». Donc on a planché avec lui, ma collègue Pascaline Perretti et moi, pour transformer ce projet de DVD en site Internet. Lobster Films a un savoir faire en ce qui concerne la restauration, la relation avec le réseau des cinémathèques, la production de contenu, la mise en musique des films... Mais la partie web, ce n'est pas du tout notre métier. Nous nous sommes donc rapprochés d'Enki Technologies, qui a mis en place toute la structure web, c'est-à-dire l'hébergement, la création d'un *back office* spécifique pour les films... On a vraiment essayé de concevoir un site à la pointe de la technologie, en tout cas à l'époque, notamment au niveau des sous-titres (en plusieurs langues, que l'on peut changer à la volée : ndlr). Nous avons fait une demande conjointe à MEDIA avec Enki Technologies, qui sont co-bénéficiaires de l'aide. C'est une société à peu près de la même taille que la notre. On ne voulait pas un géant du net. C'était la première fois qu'ils faisaient un site VoD - il n'y a en avait pas non plus énormément en France à l'époque – et ils ont mis en place une vraie recherche. Pour eux, c'était une expérience intéressante, ça représentait un véritable investissement.

En terme de calendrier, le planning a été complètement imposé par les critères de l'appel à propositions. On a déposé le dossier MEDIA en 2007, au mois de juin et il y avait une obligation de mettre le site en ligne au plus tard au 1^{er} avril 2008. On a eu la réponse de MEDIA disant qu'on était sélectionné en novembre 2007. Évidemment, on n'a pas attendu novembre pour commencer à voir des films, à faire des recherches, à réfléchir à la programmation... Les cinémathèques nous avaient envoyé des films pour le projet DVD déjà bien avant d'aller voir Bruxelles. Il fallait qu'on soit prêt pour avril donc on a accéléré le mouvement sur les films pendant l'été.

Mais notre partenaire Internet ne voulait pas démarrer le développement sans financement, ce qui était logique, donc on a lancé l'artillerie à partir de novembre et on a travaillé 4 mois d'arrache-pied. Ce n'est pas une mise en œuvre classique. On a vraiment fait ça en un temps record ! On a mis en ligne une version bêta, en français uniquement parce que c'est notre langue d'échange avec notre partenaire web, au 1^{er} avril 2008 avec un certain nombre de films. On n'a pas mis la totalité de la sélection de la première année tout de suite, on a attendu de régler tous les bugs et de voir que tout fonctionnait bien. Puis, on a dupliqué le site dans les quatre autres langues (anglais, espagnol, italien et allemand) peut-être 1 mois après. Au 11 juin 2008, on avait déjà 50 films en ligne !

L'envergure européenne du projet était-elle affichée dès le départ ? Quels problèmes cela a-t-il posé ?

CG : Pour nous c'est vraiment un site européen et on le pense toujours comme ça. Non seulement parce qu'on a différents partenaires européens et parce que les films sont majoritairement européens, mais aussi parce qu'on est vraiment dans cette idée que, quand un internaute arrive sur le site, il ne doit pas se dire que c'est un site français traduit. On le voit bien dans les blogs et dans les mails qu'on reçoit. Les gens nous parlent dans leur langue et ils ne se posent pas de questions. Ça fait plaisir ! On fait un travail très pointu sur les traductions. On avait quelques textes sur des films qui nous appartiennent qui étaient déjà écrits en anglais ou dans d'autres langues et qu'on a mis en ligne en se disant qu'on n'allait pas de nouveau les traduire... On a eu des retours des internautes très rapidement. Ça n'était apparemment pas des traductions très professionnelles. C'est ça qui est intéressant sur Internet, on le sait tout de suite s'il y a des choses qui ne vont pas.

Le site est aussi européen par les collaborateurs dont on s'entoure et notamment, par exemple, pour la composition de musique originale. Parmi les films qui nous arrivent, il y en a beaucoup qui sont muets et qui ne sont pas sonorisés. On sait qu'un film muet, s'il est vu sans bande son par un public néophyte, peut être très vite zappé. À l'époque, ces films étaient présentés avec de la musique jouée en direct. On a donc fait appel à des compositeurs européens : Antonio Coppola qui est italien, Maud Nelissen qui est néerlandaise... C'est vraiment quelque chose qui nous tient à cœur.



Delphine Jaquet : Nous avons un back office spécifique qui gère tous les films dans les cinq langues. Ensuite, pour tout ce qui est contenus et pages, ce sont cinq sites différents. Quand on entre un contenu, on doit l'entrer cinq fois. Du coup, il n'est pas toujours évident de faire vivre le site au quotidien, ou de mettre à jour les actualités par exemple. Dès qu'on veut écrire quelque chose, il faut le traduire en cinq langues. C'est sûr que ces 5 langues, ça nécessite d'être pensé. On aimerait bien avoir des correspondants dans différents pays qui puissent eux-mêmes faire les actualités. On a rencontré des gens

dans ce sens, mais ce n'est finalement pas si facile à mettre en place. Ça pourrait être un plus à apporter au site prochainement. Je pense que ce serait bien notamment d'avoir des actualités proches du patrimoine cinéma qui soient plus reliées à chaque espace linguistique. En même temps, comme le site est regardé dans le monde entier, si on est sur le site en espagnol par exemple, ce n'est pas forcément une solution de faire des actualités uniquement centrées sur l'Espagne...

CG : On a eu des soucis au début du projet avec les cinémathèques parce qu'elles ont toutes des juridictions différentes. On a été très déçu parce que la Grèce, qui était intéressée par le projet, n'a pas pu nous rejoindre à cause d'un problème juridique. On ne sait pas de quelle nature. Ils nous avaient déjà envoyé des films et on avait commencé à travailler avec eux. Un jour, ils nous ont dit qu'ils étaient obligés d'interrompre leur participation parce que, juridiquement, ils n'avaient pas le droit.

Au départ, on a essayé de proposer à chaque cinémathèque un contrat avec un socle commun. Ça n'a pas été possible. Ça a un peu complexifié toute la partie administrative et juridique avec les cinémathèques, mais on s'en est sorti.

C'est difficile aussi quand on dialogue avec la Suède ou avec un autre pays qui est un peu loin. Finalement, même si ça peut aller vite avec Internet et les mails, vu qu'on a des échanges de supports physiques qui peuvent être fragiles, tout est plus long. On travaille avec un laboratoire, Haghefilm, qui est aux Pays-Bas auquel la cinémathèque de Suède envoie ses bobines... Ce n'est pas que c'est impossible, ça prend juste plus de temps.

DJ : Il faut quand même relativiser sur un point. Beaucoup de cinémathèques sont déjà en réseau. Elles se connaissent toutes. Elles font par exemple des travaux communs de restauration, et Lobster Films peut faire partie de ces travaux. Toutes les cinémathèques ont besoin les unes des autres en dehors d'*Europa Film Treasures*. C'est pour ça aussi que le projet a pu exister et fonctionner. Ça ne leur fait pas peur d'envoyer des copies à Haghefilm si Lobster s'en occupe de l'autre côté parce qu'ils ont l'habitude de travailler comme ça. Je pense que dans un autre secteur d'activité ce ne serait pas possible. La copie ne sortirait pas.

CG : C'est drôle parce que parfois on se rend compte, par hasard, qu'on a déjà un film parce que la cinémathèque l'a envoyé à Lobster pour le projeter à un ciné-concert... Il y a aussi des facilités.

DJ : C'est sûr que le site n'aurait pas pu exister si Lobster n'existait pas, s'il avait fallu construire de toutes pièces ce réseau. C'est un réseau que Serge Bromberg a mis en place depuis 25 ans. Coordonner 30 cinémathèques au quotidien, ce n'est pas évident !

Comment sont choisies les œuvres proposées ?

DJ : Il y a aujourd'hui 149 films en lignes sur la plateforme EFT. Chaque année on fait un appel à films aux cinémathèques en leur donnant quelques indications.

CG : On leur donne des directions au niveau de la programmation et parfois on cible ces directions sur certaines cinémathèques. Il y a une direction générale et puis, par exemple, à une cinémathèque qui ne nous a proposé que des documentaires, on va lui demander de nous proposer de la fiction.

DJ : À partir du moment où on a eu un premier corpus qu'était la saison 1, c'est-à-dire à partir du moment où le site a été mis en ligne en 2008, on s'est rendu compte un peu de ce qu'on avait comme propositions et par rapport à ça, on a cherché à faire des programmations. On avait beaucoup de fictions, du coup on a demandé plus de documentaires l'année d'après. On avait envie de mettre plus d'animations aussi, pour les programmations enfants.

Là, par exemple, on a un ou deux films expérimentaux. Je sais que la *Deutsche Kinemathek* a du cinéma expérimental, donc cette année, j'aimerais bien qu'ils nous en donnent quelques-uns pour créer des sortes de mini collections. On cherche à créer des thématiques à l'intérieur de cette cinémathèque du web qu'est *Europa Film Treasures* pour pouvoir faire des liens entre les films et que ça ait du sens.

Ensuite, les cinémathèques nous envoient des films qu'elles jugent intéressant d'être plus vus.

Parfois certains films sont trop compliqués à obtenir juridiquement, au niveau des ayants droits... Cet élément-là rentre en ligne de compte aussi. Certaines cinémathèques profitent également du fait que nous leur proposons parfois, dans la mesure de nos moyens, de faire le télécinéma, c'est-à-dire le transfert sur support numérique d'un film qu'ils n'ont qu'en argentique. Ça leur permet d'avancer dans la numérisation de leur collection et nous, de proposer des contenus inédits en quelques sortes. Enfin, à partir de ce qu'ils nous proposent, on sélectionne encore, et on arrive à ce qu'on appelle maintenant nos saisons.

CG : Nous faisons forcément une harmonisation, en fonction des différentes propositions des cinémathèques, parce que nous avons la vision globale de ce qu'il y a sur le site. Parfois, il y a des films très intéressants qu'on garde pour plus tard, par exemple parce qu'il peut y avoir des coûts importants qu'on souhaite reporter sur l'année d'après. Comme quand on a des longs métrages qu'on doit mettre en musique.

Sinon, nos critères de sélection c'est aussi, évidemment, ceux de l'appel VOD. On est à 80% de films européens à peu près chaque année. On a aussi des films qui viennent de l'international et quelques films américains mais qui ont été restaurés par des cinémathèques européennes.

Un autre critère, c'est la variété. On essaie d'avoir tous les genres représentés, mais aussi toutes les époques. À un moment, on avait beaucoup de films primitifs par ce que ce sont souvent ceux qui posent le moins de problèmes au niveau des ayants droit. Pour les films des années 50, 60, c'est déjà plus compliqué... Du coup, on a essayé de demander des choses plus récentes aux cinémathèques.

Il y a évidemment aussi la qualité artistique des œuvres, dans la mesure où il s'agit des « trésors » des archives européennes. On a une volonté de programmation et pas d'être une base de données exhaustive. On ne veut pas être la cinémathèque qui réunit les collections visibles de toutes les cinémathèques.

DJ : On est aussi sensible au fait qu'une cinémathèque qui ne nous aurait pas envoyé de film depuis un certain temps nous envoie un. On cherche à ce que chacun soit représenté. C'est une question de partenariat aussi.

CG : Il y a des cinémathèques qui peuvent proposer plus de films parce qu'elles ont des fonds qui sont nettement plus importants et il y en a d'autres qui en proposent un peu moins, donc c'est toute une histoire d'équilibre.

Le public était-il présent dès le départ ? De quel public s'agit-il ?

DJ : Beaucoup d'articles de presse ont annoncé le lancement du site, donc le site a bien marché dès le lancement. Il y a eu un pic énorme de fréquentation au début. Ça nous a d'ailleurs posé des problèmes techniques que nous avons réglés depuis. Ce n'est pas évident de définir le public. On n'a pas vraiment d'outil pour savoir qui vient nous voir sinon les commentaires que les internautes laissent sur les blogs et les mails qu'ils nous envoient. C'est très divers. Il y a des gens très jeunes et des gens vraiment âgés. Il y a pas mal de professionnels comme les documentalistes qui de toute façon s'intéressent à ces films anciens. Les étudiants aussi, évidemment. Et il y a le « grand public » et c'est justement lui qui est intéressant. Depuis un an ou deux, on remarque qu'il y a certains pics de public très particulier qui se focalisent, à un moment donné, sur le contenu d'un film - d'ailleurs très souvent sur du documentaire. Le plus gros buzz qu'on ait jamais eu, le film le plus vu sur le site - il a été regardé plus de 300 000 fois ! - c'est un vol en avion des frères Wright près de Rome. Ils font un essai de vol et à un moment, la caméra est portée. C'est-à-dire qu'ils embarquent la caméra dans l'avion, et on voit tanguer à quelques mètres en dessous le terrain de décollage et le paysage d'une banlieue de Rome...

CG : Ce sont les premières images d'une caméra embarquée et c'est en ça que le film est étonnant.

DJ : Ça a fait un buzz chez les pilotes de la US Airforce. On a même eu des mails d'anciens de la Nasa ! En fait parce que le film montre des éléments de mécanique et de vol que l'on voit rarement dans les vols en avion filmés à cette époque. Nous avons juste l'impression de mettre en ligne un film primitif montrant des vols en avion, il y en a beaucoup de ce genre parmi ces films puisque la naissance du cinéma coïncide avec les débuts de l'aviation... Les films d'avion, on en a vu plein et tout à coup, celui-là fait un buzz incroyable... C'était assez marrant ! Un autre film qui est aussi extrêmement regardé, c'est *Barcelona en tranvía*. Il s'agit d'un tram qui traverse Barcelone en 1908. Ça a fait un buzz, qui continue toujours d'ailleurs, auprès des gens de Barcelone. Et dernièrement, on a eu un article d'une page entière dans *La Voix du Nord* sur un film de tram encore qui, cette fois, sillonne Dunkerque avant qu'elle ne soit détruite lors de la 1^{ère} guerre mondiale. Apparemment, il y a très peu d'images de la ville à cette époque. On a eu, en une semaine, près de 11000 connexions et je reçois sur les blogs des remerciements de gens émus. On me dit « *ma grand-mère m'avait raconté que la ville était comme ça, et là, pour la 1^{ère} fois je l'ai vu. On l'a regardé ensemble, elle a pleuré* ». On a aussi des messages de gens qui connaissent vraiment le cinéma et qui nous disent : « *c'est incroyable, ce film de George Pal, je pensais que je n'allais jamais le voir* »...

CG : C'est évident qu'on a touché notre cœur de cible. Les spécialistes, les documentalistes, les étudiants... on les a. On est content parce que, grâce à certains de ces films, on touche d'autres gens, ce fameux grand public.

DJ : Finalement les chercheurs, les étudiants, les documentalistes, peuvent avoir accès à ces films. Se mettre sur Internet c'est vraiment essayer de toucher le plus de gens possible. On est toujours en train de réfléchir à comment amener ce contenu au gens. En écrivant des fiches pour chaque film, en les contextualisant, en rédigeant des articles... On a créé un outil qui s'appelle « *Sound Workshop* » par exemple. C'est un outil de sonorisation des films en ligne qui permet de rendre la chose plus ludique. On a organisé un concours au Forum des Images à Paris où les gens testaient la sonorisation des films. On cherche vraiment à amener auprès du grand public ce matériau film qui est magnifique et qui n'est pas toujours facile d'accès aujourd'hui où tout est filmé en HD avec le son 5.1. Ce sont des films qui nécessitent de s'arrêter un peu pour les regarder. Les rendre disponibles c'est une chose, mais que les gens soient d'accord de s'arrêter pour les regarder, c'en est une autre ! Notre œil est habitué à certaines choses, il y a tout un travail pédagogique à faire. C'est un travail qui évidemment n'est pas nécessaire pour un spécialiste, ni pour un documentaliste qui est acquis à la cause et qui peut-être même en sait encore plus... Amener ces films au regard, je dirais que c'est notre tâche la plus complexe.

CG : Pour chaque film on prépare un livret, d'une page à peu, près dans lequel on remet le film dans son contexte historique, sociologique, où on explique comment il a été retrouvé, pourquoi on le met sur notre site... Dernièrement encore on a été remercié par le directeur de la *Deutsche Kinemathek* qui nous a dit : « *mais où avez-vous trouvé toutes ces informations ? Même moi, il y a des choses que je ne savais pas sur nos propres films* ». On travaille avec une équipe d'auteurs qui font des recherches documentaires poussées et un travail de synthèse très difficile. C'est important parce qu'on sait que sur Internet, les gens ne lisent pas des kilomètres. Il faut arriver à retenir leur attention.

DJ : C'est quelque chose qui fonctionne assez bien maintenant. On a un style, une écriture et des auteurs qui travaillent très bien, qui savent exactement ce qu'on veut. Du coup c'est assez harmonieux au niveau des livrets. On a fait un cahier des charges précis pour les nouveaux auteurs.

Que vous a apporté MEDIA jusqu'à présent et comment envisagez-vous son soutien futur ?

DJ : Dans une librairie ou une bibliothèque, l'espace n'est pas infini mais sur les rayonnages, on peut voir les tranches de tous les livres. Sur Internet c'est à peu près l'inverse. On a un espace de stockage potentiellement illimité, mais le problème est de faire remonter ce qu'on a à proposer. Nous, on a 150 films et il faut les faire remonter, les donner aux regards. On peut mettre 100 fois plus de contenus que dans une librairie mais toute la question c'est : qu'est ce qui va être visible ? On s'est rendu compte que lorsque l'internaute arrive sur la page d'accueil d'*Europa Film Treasures*, il a besoin qu'on le guide, qu'on lui propose des choses. Lors de la création du site, nous avons imaginé des outils de recherche parce que quelque part on se pensait d'abord plutôt comme une base de données. C'est d'ailleurs un peu ce qu'était Internet jusqu'au web 2.0 tel qu'il existe aujourd'hui. On a vraiment une révolution à faire du point de vue éditorial et participatif. On va travailler par thématiques, via des onglets. Cela est rendu plus souple avec le système des tags.

CG : C'est quelque chose qu'on ne pouvait pas faire au début parce qu'on n'avait pas assez de films. Quand on avait 50 films c'était un peu dur de construire des thématiques. Maintenant, on peut faire une thématique sur le début des moyens de transport, sur la danse (on a quelques très beaux films sur la danse serpentine au début du 20^{ème})... La difficulté c'est que quand un internaute arrive sur le site, s'il n'est pas documentaliste ou spécialiste, il ne sait pas quoi taper comme recherche. Nous leur avons évidemment proposé les films par période, par procédés... Dans notre espace documentation, il y a un dossier qui retrace l'histoire de la naissance de la couleur au cinéma. L'intérêt pour l'Internaute, c'est qu'en lisant il peut voir sur le site des films qui représentent quasiment tous les procédés importants de l'évolution de la couleur au cinéma. C'est une autre façon de faire découvrir des films, et on essaie d'en développer de plus en plus. Notre objectif prioritaire est d'augmenter le trafic du site et de le faire reconnaître. Là, on est en train de réfléchir à une façon d'arriver sur la TV connecté. On essaie d'être vraiment à la page. Le schéma du soutien à la VOD nous convient bien. Les collections des cinémathèques sont tellement immenses... Le fond n'est pas inépuisable, mais on en a pour un grand nombre d'année. On n'a pris que 150 films, et au regard de tout ce qu'elles ont c'est très peu. Et si on veut continuer à garder les internautes, à faire que le site soit vivant, il faut qu'on puisse ajouter régulièrement des contenus.

CG : Pour nous, MEDIA, c'est important. C'est aussi une légitimité. Quand les gens arrivent sur le site et qu'ils voient le logo MEDIA dans les partenaires, c'est un gage de sérieux, et aussi un label de plateforme légale. Les gens en arrivant sur le site sont étonnés que ce soit gratuit, ils ont peur que ce soit pirate. Un partenaire comme l'Union Européenne, ça les rassure.

Avez-vous l'intention de faire évoluer le modèle économique de la plateforme ?

CG : On ne touchera plus le grand public si on rend le site payant. On ne touchera plus que les spécialistes. En plus, ça va changer tout notre rapport avec les cinémathèques. On devra faire des remontés de droits et je ne pense pas qu'elles soient prêtes à s'encombrer de paperasse avec leurs propres ayant droits pour si peu d'argent. On a des réalisateurs encore vivants, qui ont fait des films dans les années 60, et qui nous appellent pour savoir quand nous allons mettre leurs films en ligne. On sent bien que pour eux, le fait d'être vu c'est 10 fois plus important que de

récupérer 15 Euros.

Qui va payer pour aller voir un film de 1908 dont il ne connaît pas le réalisateur ? Les gens vont voir ce qu'ils connaissent. Pour nous, c'est important de rester gratuit parce qu'on se situe aussi vraiment dans une mission de service public. Les cinémathèques sont quasiment toutes des institutions étatiques. Ce qu'elles font est une mission de service publique et nous sommes leur prolongement.

DJ : Je ne pense pas que ce soit possible et peut-être même pas souhaitable de la rendre payante. L'évolution du modèle économique de la plateforme est liée à l'évolution du web. C'est-à-dire de l'amener à beaucoup plus d'éditorial, de faire marcher beaucoup plus Facebook, les usagers... et à la suite de ça, mettre en place un système de demande de don et de soutien auprès des internautes directement. Ça nous semble légitime par rapport au fait que le site a un côté un peu activiste : proposer des films que personne ne pourrait voir, sous-titrés et présentés en 5 langues, et gratuitement. Par rapport à une certaine philosophie qui existe sur Internet, ça peut avoir une cohérence de faire des appels à soutien pour le site, je pense même que c'est intéressant en termes d'image.

Il y pourrait y avoir aussi des possibilités de financements auprès des acteurs du secteur audiovisuel sur le web. On commence à nous reconnaître comme ayant une vraie légitimité et un intérêt. On vient nous contacter directement... On ne sait pas ce que ça va donner économiquement puisqu'on a des obligations auprès des cinémathèques. Il faut voir ce qui est possible... Après trois ans d'existence, on a montré qu'on tient la route et qu'on a suffisamment de films pour se mettre à intéresser les gens.

Le mariage des œuvres d'antan avec les technologies modernes connaît-il des limites ?

DJ : Technologiquement, on ne se met pas de limites dans le fait de vouloir montrer les œuvres. Mais bien sûr, ça ne veut pas dire n'importe comment. C'est très important pour nous que les formats originaux de l'image soient respectés. Cela crée d'ailleurs parfois des problèmes techniques. Ce n'est pas parce qu'on utilise des technologies ultra actuelles qu'on ne respecte pas une œuvre. Il y a un aspect déontologique là-dedans et c'est quelque chose qui est très discuté aujourd'hui. Il y a d'ailleurs eu un article à ce sujet dans Mediapart (« *Quel avenir pour le patrimoine cinématographique ?* », 27 janvier 2011 : *ndlr*) à l'occasion d'une table ronde avec Eric Garandeau au Festival Premiers Plan d'Angers. Tous les tenants du cinéma se montraient un peu frileux (sauf Olivier Assayas !) sur le fait qu'on passait maintenant les films en HD 2K et que ça ne vaut pas un « bon vieux » 35mm... Ce qui est peut-être vrai, mais les films en 35mm, ça se raye. Il y a aussi des manières de penser différemment pour que les œuvres soient toujours visibles. Le 4K, ou même le 2K, c'est une excellente qualité. Le journaliste était très déçu que toutes ces personnes soient si réactionnaires et citait EFT comme un excellent site qui respectait le film tout en utilisant les nouvelles technologies.

Nous sommes évidemment très intéressés par toutes les nouvelles technologies et en même temps, le site montre un film qui est peut-être le plus ancien sur Internet ! On a un film en kinéscope qui date de 1894, avant même l'invention du cinématographe. Comme quoi, on peut faire des grands écarts tout en restant extrêmement respectueux des films.

CG : On a tout de suite pensé, quand on a conceptualisé le site, qu'il s'agissait de mettre les nouvelles technologies au service du patrimoine. Pour nous, ce n'était pas du tout antinomique. Au contraire ! Ce n'est pas un pis-aller, c'était un choix de départ. On a un grand respect de l'œuvre originale et du film.

