Les opérateurs veulent promouvoir la vidéo à la demande
Joël Morio et Olivier Zilbertin

Les quelque 4 millions de foyers français qui reçoivent la télévision via ADSL peuvent aussi louer des films, des séries ou des documentaires via ce canal. Pour moins de 5 euros, ils disposent de 48 heures pour les regarder. Ce service qui évite de se rendre à un vidéo-club est encore peu connu.

Si Club-Internet assure que 100 % de ses abonnés pouvant recevoir la télévision par ADSL ont déjà utilisé la vidéo à la demande (VOD), il s'agit en fait du service qui permet de regarder des bandes-annonces de film. En fait, seulement un tiers des clients louent en moyenne 2,5 programmes par mois. Mais il s'agit d'un taux sensiblement au-dessus de la moyenne du marché.

Chez les autres opérateurs, environ 30 % des abonnés à la télévision via ADSL louent régulièrement des vidéos via ce canal. Il faut dire que la qualité de visionnage - dépendante de la qualité du réseau et du débit - n'est pas toujours parfaite.

Mais au fur à mesure que le service s'améliore, la part d'abonnés utilisant la vidéo à la demande ne cesse de croître. "Elle est multipliée par 10 chaque année", observe-t-on chez Orange. Autre frein à son développement : les catalogues de films des opérateurs sont souvent peu attractifs.

Les opérateurs tentent d'y pallier en renégociant avec les professionnels du cinéma l'accord qui prévoyait que, jusqu'à fin 2006, les fournisseurs d'accès à Internet devaient patienter trente-trois semaines avant qu'un film de cinéma sorti en salles puisse être présenté dans un catalogue de VOD, alors qu'il peut être proposé à la vente ou à la location sur DVD au bout de six mois seulement. Les parties ne sont pas parvenues à un nouvel accord. D'une manière générale, les détenteurs de droits audiovisuels sont encore réticents à ouvrir leur catalogue à la vidéo à la demande, qu'ils voient comme une menace sur la vente de DVD.

En attendant, les opérateurs multiplient les offres pour promouvoir leurs services. Le 2 juillet, France Télévisions et Orange ont annoncé la signature d'un partenariat exclusif qui, à partir de l'automne, permettra aux clients d'Orange de visionner les programmes des chaînes du groupe France Télévisions à tout moment et sur tous les écrans (télévision, ordinateur, téléphone mobile). Ce service, baptisé "rewind TV", donne la possibilité de voir ou revoir un programme diffusé à n'importe quel moment.

Free est le premier fournisseur d'accès à Internet en France à proposer, depuis le 19 juin, un service d'abonnement pour une offre "Cinéma et séries" à la demande. Pour 5,99 euros par mois, il offre un accès illimité à plus de 50 films et 100 épisodes de séries renouvelés toutes les semaines.

Alice, qui est le seul opérateur à laisser 48 heures à ses clients pour visionner des programmes loués, va, pour sa part, abaisser à la rentrée le prix maximal de la location de 4,99 euros à 3,99 euros. Pour étoffer, en outre, son catalogue de programmes, il vient de passer des accords avec M6, TF1 et Canal+.

Du coup, la "classique" location de DVD est contrainte de réagir. C'est ainsi par exemple que Locafilms, une petite société lyonnaise, propose d'envoyer à domicile, et sous 48 heures, les DVD loués. Une fois visionnés, il suffit de les renvoyer dans l'enveloppe fournie, pour recevoir deux autres titres de la liste, et ainsi de suite...

Pour l'heure, la concurrence de la VOD reste embryonnaire en France : 15 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2006, contre 1,7 milliard pour la vidéo sur cassette ou DVD. Mais les perspectives de croissance sont réelles : d'après une étude sectorielle, réalisée par l'agence Oliver Nyman et rendue publique au mois de mai, "le potentiel du développement de la VOD en France est largement sous-évalué" et il devrait atteindre 500 millions d'euros à l'horizon 2012.

Disponível em: http://www.lemonde.fr. Acesso em 3/8/2007.