

La nouvelle façon de consommer des programmes tv

Frédéric ANTOINE

DES PLATEFORMES QUI DÉCHAÎNENT ?

Réunie autour du « professeur », une équipe de huit voleurs réalise le casse de la Maison royale de la Monnaie d'Espagne en s'efforçant de ne tuer personne et sans voler l'argent du contribuable. À cette fin, ils font imprimer au personnel pris en otage un maximum de billets, avant de s'échapper par un tunnel. Deux ans plus tard, ils montent un nouveau braquage. Mais celui-ci tourne plutôt mal... Des millions de gens de par le monde suivent depuis trois ans les péripéties du « professeur » et de sa bande, non à une heure de grande écoute sur une chaîne de télévision, mais sur une plateforme vidéo, où et quand ils le veulent.

LIBÉRÉ, DÉLIVRÉ

La Casa de papel a largement contribué au succès mondial de la fameuse société Netflix. En diffusant sur la terre entière cette fiction espagnole peu connue, l'entreprise en a fait une série culte. Tant et si bien que, alors que l'histoire devait normalement s'arrêter l'été dernier à la fin de la troisième saison, Netflix a décidé d'en produire une quatrième, visible au tout début de 2020.

La Casa de papel est emblématique de ce nouveau modèle de télévision : un

visionnement à la carte, qui ne dépend pas d'une programmation à une heure donnée dans une case d'une grille de programmes. Et un financement par l'utilisateur, qui paie pour voir, alors que la télévision était jusqu'à présent plutôt basée sur la gratuité d'accès (et un financement en [grande] partie assuré par la publicité commerciale). La télé de plateforme libère le téléspectateur de bien des contraintes et, littéralement, le « déchaîne ». Et ce d'autant que ces nouvelles images se regardent sur tous les *devices* possibles : ordinateur, tablette, smartphone, mais aussi le téléviseur du salon ou de la chambre à coucher.

Le succès du système donne l'impression d'un nouvel Eldorado. La conquête du téléspectateur passant désormais par une plateforme, les concurrents de Netflix n'ont pas mis longtemps à se manifester. Aux USA, ils sont déjà très nombreux. En Europe, l'entreprise américaine est – ou va être – confrontée à d'autres offres assez similaires à la sienne. Le géant du commerce en ligne Amazon a dégainé le premier, et de manière subtile. La plateforme vidéo est en effet offerte gratuitement dès que l'on s'abonne au service Amazon Prime, permettant à l'origine de ne pas payer de frais d'envoi et de recevoir ses achats en moins de vingt-quatre heures.

Apple a rejoint la compétition en novembre, en essayant de séduire les fans de la marque à la pomme. Et Disney lui-même entrera dans la danse en Belgique au printemps. Ce morceau-là sera plus dur pour Netflix, car Disney est un géant des médias, détenant plusieurs studios de cinéma, des boîtes de production, et un immense catalogue de fictions à succès. Pour occuper sa plateforme, le label préféré des enfants a de la matière à revendre. Alors que ses différents concurrents doivent acheter des droits et faire réaliser des programmes pour se distinguer des autres...

Y AURA DES MORTS

Si l'on ajoute à cela que ces quatre concurrents proposent des tarifs d'abonnement variés, avec des offres pas toujours comparables, mais que Disney sera moins chère que Netflix, ce dernier a quelques soucis à se faire. Son modèle repose en effet sur une obligation de croissance permanente : pour subsister, la société doit constamment récolter de nouveaux abonnés, faute de quoi elle ne peut renouveler sa production ou faire des « coups » comme la récente série sur l'incendie du Bazar de la Charité, avec TF1. Alors que, pour Disney, la plateforme n'est qu'une de ses activités, et non son *core business*. Tout comme Apple ou Amazon, pour qui l'important est d'être dans la course, mais pas de la gagner. Et cela finira nécessairement par des morts. Il y a donc lieu de réfléchir avant de s'abonner en choisissant, par exemple, le moins cher.

En regardant dans le rétroviseur de la télévision, on se rappellera que, il y a

Médias
&
Immédi@ts

JÉSUS DES ARTS

La figure de Jésus a toujours fasciné les artistes, les cinéastes, les chanteurs et les romanciers. De Léonard de Vinci à Martin Scorsese, de Jean-Sébastien Bach à Johnny Hallyday, leurs œuvres sont autant d'interprétations de Jésus : son image, son mystère, son symbole, sa face christique, sa face cachée. La journaliste Léa Salamé profite de la fête de Noël pour partir à la rencontre de ces Jésus de l'art dans un document, pour une fois, proposé à une heure de grande écoute. Une réussite à ne pas manquer.

Jésus l'artiste, doc Stupéfiant, France 2, me 25/12 à 20h50.

À VOIX HAUTE

Pas le temps de lire un article parce qu'on est occupé ? Que quelqu'un d'autre le fasse donc à la place ! Cette nouvelle application pour smartphone lit à voix haute tous les articles de presse téléchargés depuis les apps de journaux ou de magazines. Avec un large choix de voix, de langues et de vitesses de lecture. Bien pratique. Hélas, comme *L'appel* n'a pas (encore) d'appli, impossible pour l'instant de se mettre à son écoute...

Playpost, gratuit : 30 minutes/mois. 120 min. : 4,99€, illimité : 13,99€.



Regarder des séries inédites sur son smartphone ou sur sa télévision connectée est presque devenu une banalité. Pourtant, on est loin d'être au bout du phénomène...

LA CASA DE PAPEL.

La série qui a rendu les plateformes incontournables.

Les plateformes sont à la télévision ce que le libre échange est à l'économie : une illustration de la mondialisation.

près de quarante ans, on a vécu le même processus avec la télévision à péage. Là aussi, le spectateur se trouvait un peu libéré du joug des chaînes généralistes : les *pay-tv* comme Canal + inventaient alors un nouveau concept,

basé sur la multi-diffusion de films très récents et de nouvelles séries, en proposant au spectateur de s'abonner, ce qui lui évitait les

pubs. À l'époque, le marché avait vite fait l'objet d'une forte concurrence entre opérateurs... Jusqu'à ce qu'il n'en reste qu'un seul par pays, capable d'imposer son offre et ses

prix. Aujourd'hui, ces dinosaures de la tv payante sont les premiers à faire les frais de l'arrivée des plateformes, avec lesquelles ils essaient de trouver des arrangements à l'amiable.

ELLE BOUGE ENCORE

« *RIP la télévision d'hier* », comme on le dit aujourd'hui sur les réseaux sociaux ? D'accord, elle a pris un fameux coup de plus. Mais pas de quoi la mettre totalement KO. D'abord, parce que les plateformes, aussi créatives soient-elles, surfent surtout sur l'offre de fictions, et principalement de séries. Mais celles-ci sont majoritairement nord-américaines et, côté films, les catalogues sont souvent maigrichons et plutôt âgés. Les documentaires proposés sont rares, et aussi très connotés « made in USA ». Enfin, sur les autres genres qui occupent de longue date les petits écrans, les plateformes sont quasiment aux abonnés

absents. Elles excellent dans les « produits de stock », mais peinent dans les « produits de flux » : jeux, variétés, divertissements (y compris les télé-réalités). Et inutile de chercher sur les plateformes des émissions d'information ou des programmes sportifs : pour ces multinationales mondiales du divertissement, c'est bien trop compliqué à produire. Chaque région, chaque pays, devrait être traité différemment, avec ses propres contenus, équipes et rédactions...

Les plateformes sont à la télévision ce que le libre échange est à l'économie : une illustration de la mondialisation à laquelle on ne peut échapper. Mais elles laisseront encore (au moins pour un certain temps) le champ libre à d'autres contenus télévisuels. Pour autant, toutefois, que les opérateurs tv classiques le comprennent, et ne cherchent pas, en vain, à concurrencer ces géants sur leur propre terrain... ■



LES ANNÉES 20

Le monde entre en janvier dans une nouvelle décennie d'années 20. L'occasion pour la chaîne Arte de revenir sur la précédente, celle de ces dix ans débridés du début du XX^e siècle marqués par Brecht, Gershwin, Chaplin, Baker et Fitzgerald... Avant de se terminer par le krach de 1929 et la montée des extrémismes. Pour rappeler cet incroyable temps d'avant :

Gatsby le Magnifique avec R. Redford et M. Farrow (me 01/01), une soirée Chaplin, notamment avec *Limelight* (je 02), la fameuse *Complainte de Mackie Messer*, tirée de *l'Opéra de quat'sous* de Berthold Brecht (ve 03), les musiques du Boléro et de Chicago, ainsi que des documentaires sur Joséphine Baker et les nuits parisiennes (di 05).

La plupart de ces programmes sont aussi visibles sur www.arte.tv jusqu'au début du mois de mars 2020.

MESSES À MINUIT

C'est à Galway, en Irlande, qu'a lieu la messe de minuit retransmise en direct par la RTBF, le 24 décembre. France 2 et TMC diffusent toutes deux, à minuit, une même messe de la nuit de Noël, en différé du Vatican. La chaîne KTO la propose, elle, en direct à 21h30. Le 25 décembre à 11h, la messe de Noël en Eurovision est retransmise depuis l'église du Sacré-Cœur à Lugano, en Suisse.