

Évoquée depuis des années, initiée par le paiement à la séance (*pay-per-view*), un nouveau mode de commercialisation et de consommation des œuvres cinématographiques et audiovisuelles – des contenus vidéos en général –, la vidéo à la demande (**VOD**) est aujourd'hui une réalité. Nés de la numérisation des contenus et exploitant la multiplication des réseaux et des terminaux numériques, ces services se développent partout en Europe, profitant de l'essor des accès à haut débit.

Qualifiée de service dit « non linéaire » puisqu'elle permet de s'affranchir du flux organisé de la programmation des chaînes de télévision, la **VOD** constitue un véritable bouleversement pour l'industrie du cinéma et de la production audiovisuelle. Son développement implique en effet de profonds changements tant dans son mode de financement que dans celui de la consommation des œuvres. D'une part, la **VOD** ouvre le marché des programmes à de nouveaux acteurs, principalement les opérateurs de télécommunications, et d'autre part, elle permet d'établir des liens nouveaux avec les consommateurs.

L'étude publiée conjointement par la Direction du développement des médias (DDM) et l'Observatoire européen de l'audiovisuel (OEA), réalisée par NPA Conseil, dresse un état des lieux des services de **VOD** en Europe (à l'exclusion des plates-formes proposant exclusivement des programmes audiovisuels selon un modèle gratuit, des offres de vidéoclips musicaux, des sites d'échange de vidéos et des services sur téléphonie mobile). Sur un marché pourtant encore embryonnaire, il n'existe pas moins de 142 services payants de **VOD** fin 2006, dans les 24 pays européens étudiés (sans compter les services pour adultes et les services consacrés exclusivement à la musique), avec une moyenne de 5,8 services par pays (la médiane étant à 4). Près de 50 % de l'ensemble de l'offre **VOD**, soit 65 services, provient de quatre pays : les Pays-Bas, la France, l'Allemagne et le Royaume-Uni. Trois pays sur les 24 recensés, le Luxembourg, la Slovénie et la Turquie, ne proposent aucune offre. Selon une étude, le développement de la **VOD** est corrélé au taux de pénétration du haut débit et du numérique. La grande majorité de ces services sont diffusés sur Internet et sur **IPTV**, tandis que le câble, le satellite et la TNT sont peu utilisés (10,7 %).

L'étude regroupe les acteurs européens de la **VOD** en trois catégories : les chaînes de télévision, les agrégateurs de contenus (éditeurs vidéo, sociétés de gestion de droits d'auteur, entreprises ou organismes de gestion d'archives, les entreprises de commerce de détails de produits culturels) et les opérateurs de télécommunications (opérateurs historiques, fournisseurs d'accès à Internet, câblo-opérateurs).

En dehors de la **VOD** gratuite (exploitation des programmes audiovisuels en **catch-up TV**), les offres de **VOD** payantes proposent leurs contenus à l'achat (dont le prix varie en fonction de la possibilité ou non de copier le programme, une ou plusieurs fois, sur DVD) ou à la location

(à l'unité ou au forfait portant sur un ensemble de programmes).

Un recensement des catalogues de programmes accessibles en **VOD** montre que la majorité des titres proposés à l'achat ou à la location sont des films dont 3 % à 25 % sont des nouveautés. Enfin, la plupart des pays étudiés n'ont pas édicté de réglementation particulière pour la **VOD**. Lorsque celle-ci existe, comme en France, elle fait l'objet d'une renégociation interprofessionnelle allant vers un raccourcissement des délais d'exploitation depuis la sortie en salle, l'édition vidéo et la **VOD**. Le *day to date*, soit la sortie simultanée en DVD et en **VOD** déjà pratiquée aux États-Unis, tend cependant à se généraliser, notamment dans les pays nordiques.

La Vidéo à la demande en Europe, étude réalisée par NPA Conseil pour la Direction du développement des médias (DDM-France) et l'Observatoire européen de l'audiovisuel (OEA), 370 p., dgm.culture.gouv.fr, mai 2007.

N°2-3 Printemps - été 2007