

Vodkaster est repris par Télérama

Description

Après une année 2016 difficile, la plate-forme d'achat-vente de DVD neufs ou d'occasion Vodkaster a finalement déposé le bilan en novembre, avant d'être repris par *Télérama* en janvier 2017.

À son lancement en 2009 par Cyril Barthe, Benoît de Malartic et David Honnorat, Vodkaster.com était un réseau social dédié au partage de critiques de films de la taille d'un *tweet* (140 caractères), qui proposait aussi une base de données d'extraits de films et un service permettant de construire des quiz en ligne. En 2013, fort d'une communauté de 100 000 membres, le site enregistrait 1 million de visiteurs uniques par mois et se finançait principalement par la publicité. La société diversifia ses activités en tant qu'agence numérique auprès des professionnels du cinéma, en assurant la promotion de films, la conception de sites web ou encore des opérations événementielles. En 2013, la société réalisait 500 000 euros de chiffre d'affaires. Début 2014, Vodkaster fusionna avec la société Riplay créée en 2012 et leva 1,2 million d'euros. En plus d'être un réseau social, Vodkaster proposa alors l'achat, la revente et le visionnage de DVD à distance ([voir La rem n°36, p 38](#)).

Vodkaster a longtemps cherché un positionnement et un modèle économique permettant de passer outre la logique contractuelle inhérente à la vidéo à la demande, dont les principales difficultés résident dans l'acquisition du catalogue auprès des ayants droit, ainsi que dans l'application de la chronologie des médias. En s'affiliant au commerce de DVD, les films étaient ainsi accessibles sur la plate-forme quatre mois après leur sortie en salle – délai requis pour la vidéo physique et la VOD à l'acte – alors qu'il faut parfois attendre jusqu'à 36 mois pour qu'un film apparaisse dans un catalogue de vidéos à la demande par abonnement. En outre, un client pouvait envoyer ses propres DVD afin qu'ils soient numérisés par la plate-forme et ensuite accessibles en ligne. Ce positionnement original permit à Vodkaster de répertorier 200 000 DVD en deux ans.

Malgré l'audace qui consistait à se lancer sur le marché déclinant des DVD et l'ingéniosité de son modèle d'affaires, Vodkaster fut contraint de déposer le bilan en novembre 2016 et c'est *Télérama*, hebdomadaire du groupe Le Monde, qui en a fait l'acquisition au tribunal de commerce de Paris en janvier 2017.

Télérama se dote ainsi d'une « plate-forme communautaire qui permettra à ses lecteurs et abonnés de partager leurs avis et leurs émotions culturels », selon les mots d'un communiqué publié par l'hebdomadaire. Ce sera également l'occasion pour le magazine culturel d'intégrer sa notation critique en « T » à Vodkaster, avec pour objectif de l'étendre à tous les acteurs proposant une offre audiovisuelle en ligne, explique Emmanuelle Delapierre-Coulonnier, directrice de la publication et présidente du directoire. Quant au patron de Vodkaster, Cyril Barthe, il affirme : « Nous avons besoin d'un plus gros bateau : s'adosser à un média, qui plus est

Télérama, *c'est la garantie non seulement de notre pérennité, mais aussi que notre devise « le cinéma à partager » ne sera pas trahie. »*

Sources :

- « Vers le futur de la presse cinéma ? L'exemple Vodkaster », Nicolas Canderatz et Elsa Landard, La fabrique de l'info, n°4, avril 2013.
- « Vodkaster lève des fonds pour lutter contre Netflix », Nicolas Rauline, Lesechos.fr, 20 janvier 2014.
- « Le français Vodkaster défie Netflix en dématérialisant le DVD », Sylvain Arnulf, Usine-digitale.fr, 23 janvier 2014.
- « Vodkaster : contourner les problèmes de la vidéo à la demande grâce au DVD », Guénaël Pépin, Nextinpact.com, 2 mars 2016.
- « Télérama reprend le site de cinéphiles Vodkaster pour imposer son « T » », AFP, tv5monde.com, 24 janvier 2017.

Categorie

1. Economie

date créée

23 mai 2017

Auteur

jacquesandrefines