

## 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 opposé le bilan en novembre, avant d'être repris par Télérama en janvier 2017.**

À son lancement en 2009 par Cyril Barthet, Benoît de Malartic et David Honorat, 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. Mais en 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 – 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 culturelles », selon les mots d'un communiqué publié par l'hebdomadaire. Ce sera également l'occasion pour le magazine culturel

dâ€™intégrer sa notation critique en « T » Vodkaster, avec pour objectif de lâ€™tendre Ã tous les acteurs proposant une offre audiovisuelle en ligne, explique Emmanuelle Delapierre-Coulonnier, directrice de la publication et prÃ©sidente du directoire. Quant au patron de Vodkaster, Cyril Barthet, il affirme : « Nous avons besoin d’un plus gros bateau : sâ€™adosser Ã un mÃ©dia, qui plus est Ã TÃ©lÃ©rama, c’est la garantie non seulement de notre pÃ©rennitÃ©, mais aussi que notre devise « le cinÃ©ma Ã partager » ne sera pas trahie. »

Sources :

- « Vers le futur de la presse cinÃ©ma ? L’exemple Vodkaster », Nicolas Canderatz et Elsa Landard, La fabrique de l’info, n°4, avril 2013.
- « Vodkaster lÃ’ve des fonds pour lutter contre Netflix », Nicolas Rauline, Lesechos.fr, 20 janvier 2014.
- « Le franÃ§ais Vodkaster dÃ©fie Netflix en dÃ©matÃ©rialisant le DVD », Sylvain Arnulf, Usine-digitale.fr, 23 janvier 2014.
- « Vodkaster : contourner les problÃ©mes de la vidÃ©o Ã la demande grÃ¢ce au DVD », GuÃ©naÃ©l PÃ©pin, Nextinact.com, 2 mars 2016.
- « TÃ©lÃ©rama reprend le site de cinÃ©philes Vodkaster pour imposer son « T » », AFP, tv5monde.com, 24 janvier 2017.

## Categorie

1. Economie

**date crÃ©ation**

23 mai 2017

**Auteur**

jacquesandrefines