

L'été en séries

L'électrochoc
numérique
ne m'a pas tué

Le magnétoscope de papa, au bout du rouleau

● Révolution du secteur de l'image dans les années 70, le magnétoscope a (bien) vécu.

● Les techniques de stockage qui lui ont succédé ont toutefois du plomb dans l'aile.

● Désormais, on consomme la vidéo en ligne.

Le magnétoscope (2/6)

Mardi 23 août : Le renouveau de la photographie.

Historique Patrick Van Campenhout

On vient d'apprendre l'abandon de la production de lecteurs-enregistreurs VHS par le groupe japonais Funai Electric. Pour les plus jeunes, c'est clairement un "non-événement". Combien d'entre eux imaginent ce qui se cache sous l'appellation magnétoscope ? Pourtant, ces appareils désormais obsolètes ont permis aux téléspectateurs (pour rappel : les gens qui regardent la télévision) de conquérir une forme d'indépendance face aux horaires imposés par les chaînes de télé. Un peu de programmation et ces enregistreurs à bandes magnétiques sauvegardaient les émissions ou les films choisis qui pouvaient donc être visionnés plus tard.

Si cela semble naturel aujourd'hui, surtout aux yeux de la jeune génération, ce fut, à la fin des années 70, une véritable révolution puisque ces appareils privaient d'une certaine manière les chaînes de télé de leur emprise sur le public, et permettaient aux téléspectateurs de zapper les pauses publicitaires. Le magnétoscope fait fureur dans le monde. Il s'en vend des millions et, bien entendu, même si les contenus sont protégés, la copie pirate explose.

Nouveaux marchés

Mais, pour l'industrie du cinéma, il y a quand même là une nouvelle source de profits,

parce que les ventes se portent bien et la location cartonne. Après une guerre de standards entre les grands producteurs, c'est la norme VHS (Video Home System) du groupe japonais JVC qui s'impose. Un bon rapport qualité-coût, offrant un résultat correct sur les écrans de l'époque... Mais avec une définition inférieure à celle des télévisions à tube cathodique, on est dans un autre monde que les actuels écrans 4K qui proposent une résolution de 3840 x 2160 pixels... Au milieu des années 80, on se bouscule toutefois pour acheter des cassettes vierges de 120 minutes vendues par paquets de 10 pour 25 euros (1 000 FB). Les cassettes préenregistrées qui permettent de visionner des films avec une bonne qualité d'image, coûtent à l'époque 20 et 25 euros/pièce, ce qui explique le succès de la location de VHS.

Le standard VHS sera amélioré en fin de cycle au début des années 90 (VHS-HQ et S-VHS), mais dans le même temps, les téléviseurs évoluent...

Images numériques

Inutile de dire que l'arrivée à la fin des années 90 du DVD (lui-même successeur des éphémères Laserdisc et Video CD) va signer l'arrêt de mort de cette technologie analogique, avec l'apparition d'une qualité d'image digitale (numérique), avec une résolution de 720 x 576 pixels (en standard PAL). Le DVD offre en outre la possibilité d'afficher à la demande des sous-titres en différentes langues, à passer d'un chapitre à l'autre instantanément... Alors que la cassette VHS demandait de

longs moments d'attente pour avance ou reculer dans un programme, ou simplement pour revenir au début d'un enregistrement. Au DVD, victime de l'amélioration de l'affichage des télévisions (HD Ready puis Full HD), succédera à la fin des années 2000, le disque Blu-ray (il est lu à l'aide d'un rayon laser de couleur bleue) développé par le japonais Sony qui lui-même enterre au passage le HD DVD de Toshiba, soutenu par Microsoft. En 2016, alors que les derniers lecteurs-enregistreurs VHS sont produits, on cherche un successeur au Blu-ray pour pouvoir proposer des films en ultra-haute définition (4K) et des images de plus grande qualité (HDR), mais c'est en ligne que l'industrie du cinéma et de la télévision cherche à imposer le nouveau

mode de consommation de l'image. Comme la musique, la vidéo peut être consommée à la demande, immédiatement, au moment de l'envie, en payant un prix un peu inférieur à celui des Blu-ray ou des DVD, en les louant ou en les achetant. Ici, le premier groupe à avoir saisi l'opportunité d'entrer dans un marché de taille mondiale est américain. Il s'agit de Netflix qui propose en ligne pour un abonnement familial d'une dizaine d'euros par mois, des séries, des séries et des documentaires, tous un peu datés, mais visionnables en belle qualité (jusqu'au 4K pour certaines séries). La pression concurrentielle est ici très forte, et même les câblodistributeurs traditionnels et les opérateurs de téléphonie comme Proximus doivent rivaliser d'ingéniosité pour garder leurs clients en leur proposant des "box", des décodeurs intelligents, capables de stocker films et émissions. C'est là, sans doute, ce qui ressemble le plus au magnétoscope de papa...

Épingle

Guerre en ligne aux Etats-Unis

Concurrence. Si Netflix a déjà conquis une partie du public européen, le distributeur de vidéo en ligne est talonné par des acteurs de poids aux Etats-Unis, son marché domestique. Après Amazon, Yahoo vient ainsi de lancer un site de

streaming vidéo en partenariat avec le site de vidéo en ligne Hulu qui a attaqué ce marché en proposant des vidéos gratuites sponsorisées par des annonceurs publicitaires. L'artillerie lourde suit : Time Warner a annoncé début août une prise de participation de 10 %, rejoignant ainsi au capital le géant des médias et du divertissement Disney, et la 21^e Century Fox, et Comcast (NBC Universal). (avec AFP)

Le PDG de Viacom jette l'éponge

Philippe Dauman jette l'éponge face à l'héritière Shari Redstone.

Le groupe de médias américain Viacom a officiellement annoncé samedi un accord à l'amiable qui met fin à la lutte de pouvoir opposant depuis des mois la famille de l'actionnaire majoritaire Sumner Redstone et le PDG Philippe Dauman qui quitte le groupe. L'accord, qui avait été présenté vendredi dans un mémo interne, "met fin à toutes les disputes" entre les parties et "conclut tous les procès", affirme le communiqué.

Guerre ouverte

Philippe Dauman, le PDG qui s'opposait à Shari Redstone, la fille du milliardaire Sumner Redstone, âgé de 93 ans, "démissionne immédiatement" et

sera remplacé par le directeur général Tom Dooley jusqu'au 30 septembre. Le conseil d'administration décidera ensuite qui lui succédera. M. Dauman conserve toutefois jusqu'au 13 septembre le poste de président non-exécutif et "aura l'occasion de présenter sa proposition [...] de cession éventuelle d'une minorité du capital des studios de cinéma Paramount, filiale de Viacom." Le conseil d'administration est élargi et accueille cinq nouveaux représentants nommés par National Amusements (NAI), la société qui réunit les actifs de la famille Redstone. "Je suis profondément attaché à Viacom, qui a tenu une part importante dans ma vie depuis que j'ai rejoint M. Sumner lors de l'acquisition de la compagnie il y a 30 ans", affirme Philippe Dauman, assu-

rant que cet accord donnera "au groupe et à ses employés le meilleur cadre pour une évolution sans heurts". Une déclaration de principe, bien entendu.

Un empire de l'image

"Nous remercions Philippe pour ses nombreuses années de loyaux services et le rôle important qu'il a joué à Viacom", a déclaré Shari Redstone, qui était accusée par M. Dauman de manipuler son père à la santé déclinante. Viacom détient des marques très connues dans le secteur de la télévision et du cinéma comme les studios Paramount ou les chaînes MTV, Nickelodeon et Comedy Central. Sumner Redstone, légende hollywoodienne dont la fortune est évaluée à 5 milliards de dollars, est aussi l'actionnaire majoritaire du groupe de médias CBS. (AFP)

Notation financière “Made in Europa”

■ **Nouvel acteur sur le marché du “rating” obligataire.**

A Berlin, Torsten Hinrichs dirige sa petite agence de notation, Scope Ratings. Il entend réussir là où d'autres ont échoué et peser face aux américains Standard and Poor's, Moody's et Fitch qui règnent sans partage sur la notation financière mondiale. Les émetteurs d'obligations – en-

treprises ou institutions – rémunèrent ces agences pour qu'elles évaluent leur solvabilité, à l'aide d'une note de crédit – la meilleure étant généralement le fameux “triple A”. Plus la note est bonne, et plus il sera facile de lever des fonds sur le marché, à de bonnes conditions. Scope Ratings fait face aux “Big Three” qui contrôlent 92 % du marché européen. Et sa tâche reste gigantesque pour celle-ci qui

compte environ 60 employés dont 35 analystes. Sa part de marché en Europe serait proche de 1 %. Mais l'agence allemande rêve de jouer un rôle dans la consolidation au sein d'un univers morcelé comportant quelque 26 agences de notation disposant de l'agrément de l'AEMF. Depuis la crise financière de 2008, le monde politique est prompt à décrier la toute-puissance des agences anglo-saxonnes. Il y a donc là une place à prendre. (AFP)