

EXIT LA TÉLÉ DE PAPA, la guerre du streaming se prépare

▶ Tapis dans l'ombre de Netflix, Amazon Prime Video, Apple et Disney fourbissent leurs armes. Tour d'horizon

▶ Le streaming de contenus sur le Web est entré dans nos quotidiens numériques comme le diable de Tasmanie dans un Looney Tunes des nineties. Pour s'immiscer absolument partout: dans notre façon de consommer la musique (le CD est désormais détrôné par les Spotify, Apple Music et autres Deezer) jusqu'à la direction du groupe RTL, qui vient de se séparer dans la douleur de 88 confrères, partiellement à cause de l'essor des plates-formes de SVOD (Subscription Video On Demand), comme Netflix.

ROI DE CE SECTEUR avec près de 180 millions d'abonnés dans le monde, l'ex-loueur de DVD s'apprête toutefois à recevoir une concurrence tous azimuts: alors qu'Amazon, qui croise déjà le fer avec Netflix depuis plusieurs années, appuie solidement sur le champignon, Apple et Disney s'apprêtent à entrer dans la danse où, plus que jamais, le contenu inédit s'érige en nerf

de la guerre.

Une intense bataille a actuellement lieu, pour arracher les meilleurs réalisateurs, scénaristes et showrunners du tout-Hollywood.

Cette rixe n'est qu'un aperçu de la guerre du streaming vidéo, attendue sur nos écrans, petits et grands, mobiles et fixes, d'ici l'horizon 2019-2020. Il y a largement de quoi, ci-contre, chambouler notre façon de consommer les médias audiovisuels...

A. Ca.

Apple mise sur les noms ronflants : Spielberg, Shyamalan, Jennifer Aniston,...

1 **Le contexte :** Il est toujours difficile de s'insérer, en dernier, sur un marché aussi concurrentiel que le streaming vidéo et la SVOD. C'est vrai pour tout le monde, mais un peu moins pour Apple, dont l'aura, le parc d'appareils installés et la puissance marketing lui offrent un peu de puissance de feu démentielle. Apple Music, le Spotify Like de la Pomme, en est la preuve vivante : le service cumule à 38 millions d'abonnés payants, alors qu'il a vu le jour 9 ans après Spotify (70 millions d'abonnés payants) !

C'est aujourd'hui un secret de polichinelle : Apple travaille ardemment pour lancer son Netflix maison. Pas sûr qu'il s'agisse d'un service à part entière : Apple pourrait intégrer cette fonctionnalité à Apple Music. Ce qui est en tout cas clair, c'est que la marque à la pomme, qui ne manque pas de fonds (son trésor de guerre est évalué à 250 milliards de dollars) va investir en 2018 un milliard \$ dans la production de séries originales. Soit encore une péca-dille au regard de ses rivaux, mais c'est un début. Une dizaine de séries seraient ainsi en chantier, supervisé par deux ex-cadres de Sony Pictures, formatés à Hollywood. *"La télévision n'est pas notre métier, mais nous pensons que ce marché est très*

porteur. Nous ne cherchons pas la quantité, nous voulons de la qualité", a récemment déclaré Eddy Cue, le boss des services pour la marque.

2 **Les projets lancés :** Une des séries d'Apple sera écrite et réalisée par **Damien Chazelle**, le cinéaste oscarisé de *La La Land*. Apple s'offre un autre nom ronflant : **Steven Spielberg** travaillera pour Cupertino, sur une nouvelle version de ses *Histoires fantastiques*, qui avaient permis au père d'E.T. de faire sa propre *Quatrième Dimension* dans les années 1980. La firme à la pomme se paie également la première série de **Jennifer Aniston** depuis *Friends* : une intrigue dans les coulisses d'une matinale télé, aux côtés de **Reese Witherspoon**. Apple s'associe également au basketteur vedette **Kevin Durant** pour une histoire inspirée de sa propre vie. Les *sériephiles* retrouveront en outre les nouvelles productions des créateurs de *Peaky Blinders* et de *Battlestar Galactica*. Enfin, la firme de Cupertino vient de commander une série en dix épisodes à **Night Shyamalan**, le réalisateur de *Sixième Sens* et d'*Incassable...* Du lourd, pour un début.

A.Ca.

Disney : un lancement 2019, avec Star Wars, la série live

1 **Le contexte :** Un temps évoqué comme un candidat crédible au rachat de Netflix, la firme aux grandes oreilles a décidé de prendre la tangente. Finalement, forte de toutes les richesses qu'elle détient dans son escarcelle (les productions de la Walt Disney Animation, Pixar, les licences Marvel et Star Wars, la 20th Century Fox...), elle a largement assez de *matos* que pour valoriser ses contenus sur sa propre plateforme de SVOD. Ce *Disneyflix* est attendu pour 2019 aux États-Unis et, dans la foulée, en Europe. Bob Iger a déjà confirmé que l'offre devrait être moins dense, mais également moins chère que ce que propose Netflix.

2 **Les projets lancés :** Entre le Marvel-univers (*Avengers, Iron Man, Hulk, Doctor Strange*, les futurs *Spider-Man*, etc.),

l'ensemble des créations audiovisuelles *Star Wars* (les huit films canons déjà parus, les spin-off, les séries animées...), plus tout ce que Disney a en magasin (du *Roi Lion* à *La Belle au bois dormant* en passant par *Coco, Les Indestructibles, La Reine des Neiges*, etc), sans oublier la Fox : il y aura, déjà, largement de quoi faire. Mais Disney ne passera pas à côté de l'indispensable étape de la création de **contenus originaux**. La grosse pièce, prévue pour le lancement, ce sera incontestablement la **série live *Star Wars***. Jamais encore *La Guerre des Étoiles* ne s'était essayée au format *sériel*, avec des acteurs humains. C'est Jon Favreau, l'homme qui a peu ou prou lancé la *hype* Marvel au cinéma, qui se collera à cette mission.

A. Ca.

NETFLIX : la mission maintien du leadership est lancée

1 **Le contexte :** Parti le premier, parti le plus fort, Netflix détient une confortable avance sur ses rivaux, avec près de 120 millions d'abonnés. Amazon a été le premier à tenter d'aller le chercher, mais Jeff Bezos a, dans un premier temps, investi timidement dans le projet. Ce n'est que depuis une grosse année qu'il met réellement les bouchées doubles pour le concurrencer sérieusement. Netflix, ancien loueur de DVD, investira pas moins de 8 milliards de dollars dans des productions propres en 2018 pour maintenir son leadership. Le record du genre.

2 **Les projets lancés :** Netflix devrait ajouter cette année sur sa plateforme pas moins de **700 émissions télé, séries, documentaires et films** qu'il a lui-même produits, coproduits ou financés. Outre les contenus qui ont bâti sa réputation (*House of Cards, Orange is The New Black, Black Mirror, Daredevil, Stranger Things...*), Netflix compte frapper fort dans chaque secteur : les séries, bien sûr, mais aussi les films à gros budget (qui auraient pu sortir en salles mais auront la primeur et l'exclusivité d'une parution sur le service), les animés

(Netflix travaille, avec la Toei, entre autres, sur un remake des *Chevaliers du Zodiaque* promis pour 2019), l'humour (l'intégrale de Gad Elmaleh, son dernier spectacle en anglais inclus, est dispo sur Netflix) et les documentaires. Netflix s'est d'ailleurs offert de grands noms, autant dans le domaine du petit que du grand écran, en s'alliant avec **David Fincher, Martin Scorsese, les frères Coen, Shonda Rhimes** (*Grey's Anatomy*), ou encore **Ryan Murphy** (créateur de *Nip Tuck, Glee* et *American Horror Story*).

A. Ca.

AMAZON PRIME VIDEO: Le Seigneur des Anneaux, pour les gouverner tous ?

1 **Le contexte :** Voilà déjà belle lurette qu'Amazon ne se contente plus d'être le plus grand magasin (en ligne) du monde. Extrêmement déployé sur le marché des devices et des services, le groupe de Jeff Bezos (nouvel homme le plus riche du monde) a fait le pari du streaming vidéo depuis 2013, fin 2016 en Belgique. Amazon Prime Video est accessible gratuitement pour tous les membres Premium d'Amazon (qui déboursent, pour ce statut, 49 € par an).



*tice, Bob l'Éponge...), des animés (L'Attaque des Titans...), des séries déjà diffusées (Dr House, Mr Robot, Blue Bloods, Damages, Community...) et, bien entendu, des productions propres. On peut citer, par exemple, **The Grand Tour** (l'évolution de *Top Gear*), **Bosch**, **The Man in the High Castle** et la trop méconnue **Jean-Claude Van Johnson**, une dramédie qui met en scène notre*

Jean-Claude Van Damme national. C'est loin d'être tout : Amazon Prime Video s'apprête à frapper très fort : il a acquis les droits exclusifs pour développer **une série sur Le Seigneur des Anneaux**, pour 250 millions de dollars ! Un gros coup, qui en appelle d'autres, puisqu'en 2018, ce sont plus de 4 milliards de dollars qui vont être investis dans la production de contenus...

A.Ca.

2 **Les projets lancés :** Prime Video, comme Netflix, se bat sur plusieurs terrains : celui des films datés d'il y a trois-quatre ans pour les plus jeunes (on y trouve aussi bien *Dirty Dancing* que *Gladiator* ou *The Revenant*), celui de la jeunesse (*Peppa Pig*, *Dora l'explora-*

Les sites de paris sont entrés dans la danse du livestream

BRUXELLES Chaque semaine, des milliers de matches de football (mais pas que) sont retransmis sur les rojadirecta, justintv et autres URL plus au moins exotiques... en toute illégalité. Il existe, pourtant, des astuces parfaitement légales pour accéder à des dizaines de retransmissions vidéo live de matches de foot, de tennis, de NBA, etc. Notamment

par le biais des sites de paris en ligne.

Des plateformes comme Unibet ou Betfirst, propriété du groupe IPM qui édite votre quotidien, le proposent notamment. Sur Betfirst, chaque match de la Liga, de la Ligue 1, de l'Eredivisie ou de la Bundesliga sont retransmis, live. Idem pour Roland Garros, la NBA ou l'ATP 1250. Les

sociétés de paris en ligne achètent les droits de retransmission de ces images en toute légalité, et en font profiter leurs membres, sous certaines conditions. Dans le chef de Betfirst TV, il n'est pas nécessaire de mettre de l'argent en jeu pour y avoir accès. En revanche, votre compte doit être chargé de 5 € minimum.

La Pro League s'allie avec LaLiga POUR CONTRENER LE PIRATAGE

► Un sérieux atout : l'Espagne est passée maître dans la chasse aux *streams* illégaux...

► À défaut de ne pouvoir que fantasmer sur de très hypothétiques Barça-Standard ou Anderlecht-Real Madrid, ne vous en déplaise : il existe, depuis quelques heures, un partenariat entre notre Pro League et la prestigieuse... Liga espagnole.

Le but du *deal* ? Profiter de l'expertise que LaLiga s'est construite, depuis plusieurs années déjà, en matière de lutte contre le piratage et de protection des droits audiovisuels de ses retransmissions. Et donc, *in fine*, rendre de plus en plus compliqué pour l'internaute peu scrupuleux le fait de regarder illégalement, sur le Net, les matches de notre Jupiler League.

Résumé en quelques chiffres, le travail de la ligue espagnole,

ce sont 268.000 vidéos supprimées sur les réseaux sociaux, 140 applications et 9.000 comptes frauduleux bloqués, 500 URL qui partageaient des liens violant les droits audiovisuels de LaLiga mis *down*, et pas moins de 10.000 serveurs mis hors-ligne à cause de leurs activités *card sharing* illégales.

CONCRÈTEMENT, pour la Pro League, LaLiga sera responsable de la création d'une unité de recherche spécifique visant à identifier les images illégales de la Jupiler Pro League sur Internet. Active jusqu'à la fin de la saison, cette cellule est amenée à être reconduite : une option pour la saison prochaine a déjà été convenue.

Dans le même temps, la Pro League a également conclu un accord avec Google pour pouvoir utiliser l'application YouTube's Content ID, une technologie proposée par Google aux détenteurs de droits pour signaler et faire supprimer plus facilement les vidéos illégales sur la plateforme. LaLiga utilisera également l'outil Facebook's Rights Manager qui, de façon similaire, permet l'identification et le blocage automatique des images illégales.

Pierre François, CEO de la Pro League : *"L'intérêt suscité par la Jupiler Pro League est plus important que jamais. Cette coopération unique avec LaLiga traduit notre détermination à nous attaquer à la problématique du piratage. En nuisant à notre produit, le piratage nuit également à notre ligue, à nos clubs et à notre sport."*

A.Ca.