

## 1.1. DÉFINITIONS ET CHAMP DE L'ÉTUDE

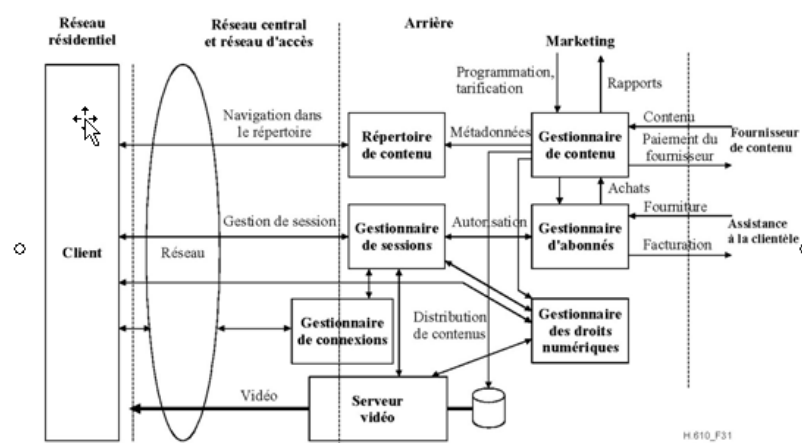
Au sein des milieux professionnels de l'audiovisuel, le dossier des services audiovisuels à la demande a été ces dernières années souvent réservé, en raison de sa difficulté, à un nombre limité d'experts. En dépit de la popularisation croissante des services, la majorité du public professionnel continue de se sentir exclue d'un dossier souvent perçu comme hermétique. L'objectif de cette étude est de fournir au grand public professionnel audiovisuel, non spécialisé, une vision d'ensemble du développement des services audiovisuels à la demande en Europe. Il s'agira plus ici de fournir une synthèse structurée d'éléments d'informations éparses que de proposer des données nouvelles sur un marché en pleine effervescence. Chaque jour apporte, en provenance de sources multiples, ses informations nouvelles, souvent techniques, dont l'importance stratégique demande à être mesurée par rapport à une compréhension d'ensemble du domaine. Il nous a donc paru utile de réunir ces informations, collectées systématiquement auprès de sources primaires, afin de dresser un panorama sinon exhaustif, mais se voulant complet et précis.

En préalable, il nous paraît opportun de clarifier quelques problèmes de définitions. Les mêmes termes peuvent en effet recouvrir des réalités différentes suivant qu'on les utilise dans le registre technique, le registre juridique et le registre du vocabulaire commun.

### 1.1.1. La définition technique proposée par l'UIT

La définition technique en anglais recommandée par l'UIT en 2004, pour la *video on demand (VoD) transmission* est la suivante : *“Program transmission method whereby the program starts playing after a certain amount of data has been buffered while receiving subsequent data in the background, where the program is completely created by the content provider.”*<sup>1</sup> Cette définition est traduite en français « transmission de vidéo à la carte » : « méthode de transmission de programmes déclenchant le mode lecture d'un programme après mise en mémoire tampon d'un certain volume de données, les données ultérieures continuant d'être reçues en arrière plan, le programme étant entièrement créé par le fournisseur du contenu. »

**Graphique 1 : Schéma d'un service de VoD proposé par l'UIT**



Source : UIT (2004)

<sup>1</sup> UIT, J.127 (04), 3.3

Dans un contexte technique, le statut juridique et ni les formes d'usage ni les types de contenus, ne sont pris en considération. Pourront être inclus des services proposant des films, des émissions de télévision, généralement introduits dans un serveur par des fournisseurs professionnels, mais aussi des services dont le principe repose sur la mise à disposition de programmes fournis par des utilisateurs individuels (*user generated content*), en particulier le partage de vidéos (*video sharing*).

### **1.1.2. La définition juridique proposée par la Directive sur les services de médias audiovisuels**

Une définition juridique des services à la demande est à présent fournie par la Directive européenne sur les services de média audiovisuels, adoptée en novembre 2007 : « *service de médias audiovisuels fourni par un fournisseur de services de médias pour le visionnage de programmes au moment choisi par l'utilisateur et sur demande individuelle sur la base d'un catalogue de programmes sélectionnés par le fournisseur de services de médias* ». Cette définition est plus restrictive que la définition technique, puisqu'elle exclut de son champ d'application des formes de vidéo à la demande qui ne relèvent pas d'activités de service, ou des cas où l'utilisation de techniques de vidéo à la demande ne font pas partie de l'objectif principal d'un service. En particulier, les services composés de programmes fournis par les utilisateurs ne sont pas couverts par la définition de la Directive.

### **1.1.3. Définitions d'usage courant**

Dans la précédente étude publiée par l'Observatoire européen de l'audiovisuel et la DDM, NPA Conseil écrivait « *Le terme de « vidéo à la demande » regroupe un large ensemble de technologies dont le but commun est de permettre de choisir un contenu vidéo et de le louer, ou de l'acheter à distance sous forme dématérialisée, afin de le visionner immédiatement ou de manière différée sur plusieurs types de supports (ordinateur, téléviseur, téléphone, lecteur portable,...) dans un délai limité ou illimité* ».

Cette définition présente elle-même certaines restrictions, puisqu'elle suppose que les services de vidéo à la demande sont délivrés contre paiement, correspondant à un achat ou à une location. Or, une des grandes évolutions des années 2007 et 2008 est la multiplication de services, publics ou commerciaux, qui ne supposent pas un paiement, mais qui sont financés par d'autres méthodes (publicité, redevance, mécénat,...) et qui permettent donc à l'utilisateur d'accéder aux programmes sans paiement. On parlera alors de vidéo à la demande gratuite, parfois désignée en anglais comme FoD (« *free on demand* »). En parallèle, on a assisté depuis 2008 à une polarisation assez forte entre services de vidéo à la demande proposant la location et la vente de « programmes de stocks » (en particulier des films de cinéma) et des services de télévision de rattrapage (*catch-up TV*) ou de télévision à la carte, qui permettent à l'utilisateur de visionner les programmes diffusés par une chaîne de télévision après leur diffusion, et même, dans quelques cas, en avant-première. Si ces deux grands types de services correspondent bien à des services à la demande au sens de la Directive, on assiste par contre de plus en plus à une opposition (en particulier dans le cadre des contrats commerciaux relatifs aux droits de propriété littéraire et artistique) entre vidéo à la demande proprement dite et télévision de rattrapage.

### **1.1.4. Le champ de cette étude : vidéo à la demande, télévision de rattrapage et services de partage vidéo**

Dans le cadre de cette étude, on s'intéressera essentiellement aux services audiovisuels à la demande tels que définis par la Directive SMAV (en l'occurrence les services de vidéo à la

demande commerciaux, qu'ils soient payants ou gratuits, les services de télévision de rattrapage et les services de télévision à la carte). Les services de partage vidéo (tels que YouTube, Dailymotion, etc.) ne seront examinés ici que dans la mesure où ils se sont ouverts eux-mêmes à des programmes fournis par les acteurs professionnels classiques (chaînes de télévision, producteurs cinématographiques) et que le succès qu'ils rencontrent auprès des usagers nécessite une analyse complémentaire en termes de stratégies d'acteurs.

L'étude vise à présenter le développement des services audiovisuels en Europe. Cependant, en raison du caractère international de la stratégie de certains acteurs, des incursions et présentations relatives aux Etats-Unis, voire au Japon, sont apparues nécessaires.

Le champ est donc devenu complexe et c'est cette complexité que l'on s'attachera à décrire ici. L'étude repose sur un important travail documentaire visant à identifier systématiquement et à rendre accessible au lecteur par un référencement précis la source primaire des informations, sur un premier recensement des services audiovisuels à la demande opérationnels en Europe et sur des contacts réguliers avec les professionnels actifs dans le domaine.