

Video On Demand alternative

Pour la première fois en Europe, un éditeur lance un service de Video On Demand (VOD) où les chargements sont légaux et gratuits, en accord avec les producteurs.

Dans les colloques où se réunissent grands pontes de l'audiovisuel, cadors de la téléphonie, têtes pensantes de la pub et autres observateurs zélés de la révolution numérique, quatre mots reviennent toujours dès qu'on en vient à évoquer les nouveaux modes de consommation de sons et d'images : **Communauté, Convergence, Contenu, Piratage.**

Pour tout marketeur on line, **Communauté** désormais remplace « cible ». Une façon de dire, en mieux, ce que grand-mère affirmait jadis : qui se ressemble s'assemble... et se retrouve, partageant ses passions, sur les mêmes chaînes, journaux, sites, et blogs. **Convergence**, signifie qu'on va mettre en évidence ses produits, en jouant à fond la carte de la complémentarité des supports : on télécharge via le Net ce qu'on consomme au choix, sur sa télé, son portable, son mobile 3G+. **Contenu** est le maître mot. Car s'il est bon de faire converger tant de tuyaux, reste à savoir ce qu'on y fait couler : quels programmes offrir à toutes ces communautés demandeuses de convergences ? De vieilles séries usées jusqu'à la corde ? Des inédits de la Staraque 4 ? Des chutes et bêtisiers dont n'auront pas voulu les concepteurs de bonus DVD ? Ou de vrais contenus, inédits, voire produits pour ces nouveaux supports, et invisibles sur les mille et une chaînes du câble ? Reste ensuite à inventer le fameux modèle économique. Or, du côté obscur du web, tout le monde veut bien voir, écouter, consommer, découvrir... mais personne ou presque ne semble prêt à s'acquitter du paiement exigé. **Piratage. Gratuité.** Les deux mots obsèdent chaque nuit les diffuseurs et producteurs... Et faute d'avoir trouvé le modèle pertinent, tous constatent que ce marché de la « VOD » reste pour l'essentiel confidentiel, peu rentable et chaque jour concurrencé par les offres « non payantes ».

« Puisque ce désordre nous dépasse, feignons d'en être l'organisateur. »

Ce constat, Frédéric Claquin l'a déjà effectué. Ancien de TF1 VIDEO, il a créé il y a cinq ans PLAN 9 ENTERTAINMENT, société d'édition indépendante qui creuse les marchés de niche : rock, surf, snow-board, poker, free fight. Il traque le 15-34 ans nourri à la console et aux programmes du câble comme d'autres la ménagère de moins de 50. Et constatant que ces dernières années, nombre de ses programmes étaient consommés gratuitement par ses anciens acheteurs, il a décidé d'inverser la logique. En quoi il rejoint avec ruse le génial Jean Cocteau, auteur en son temps de la maxime bien connue : « *Puisque ce désordre nous dépasse, feignons d'en être l'organisateur.* »

Il lance cette semaine Blast My Screen (www.blastmyscreen.com) un site où chacun peut télécharger les programmes distribués par PLAN 9, pour lesquels les producteurs

acceptent de jouer le jeu de la gratuité. Aux internautes, il offre des qualités de diffusion 4 à 5 fois supérieure à ce qu'on trouve chez DailyMotion ou You Tube. Aux producteurs, il propose de voir leurs films clairement identifiés sur un site convivial, plutôt que noyés parmi les millions d'autres mis en ligne sur les usines à partage. L'objectif est qu'ils se rémunèrent sur un pourcentage des recettes publicitaires (bandeaux, hébergement de publi-reportages, spots pubs) générés par l'offre.

Il est très étonnant que les grands pontes de la télé n'aient pas encore compris que le développement du web suivra la même logique... Et qu'en dehors des derniers grands films ou CD joliment packagés, qu'on vend par wagons dans les hypermarchés, la dématérialisation des produits implique leur mise à disposition gratuite, c'est-à-dire payée en différé par tous les consommateurs dans le budget pub des lessiviers, marchands de sodas et d'automobiles.

Frédéric Claquin prend donc ce pari, et lorgne de l'autre côté de l'océan, vers le développement de VBS.tv, qui propose comme lui rock indépendant, sports extrêmes, et un peu de « nudité ». Les trois gaillards au look alternatif qui ont monté la boîte, viennent de passer un deal avec MTV, possédé par le géant Viacom, lequel veut en faire son labo d'essai.

Plus sur le web :

www.blastmyscreen.com

www.vbs.tv