



# Les nouvelles formes de consommation des images :

TNT, TVIP, VOD, sites de partage, piraterie...

Analyse qualitative

Novembre 2007

Cette étude a été réalisée par :

## **QualiQuanti**

Daniel Bô, Claire-Marie Lévêque, Alexandra Marsiglia  
12bis, rue Desaix 75015 PARIS  
Tél : 01.45.67.62.06  
Fax : 01.56.58.03.66  
[www.qualiquanti.com](http://www.qualiquanti.com)



Centre National de la Cinématographie  
Service des études, des statistiques et de la prospective

Benoît Danard, Caroline Jeanneau, Clément Malherbe  
12 rue de Lübeck 75784 Paris Cedex 16  
Tél : 01.44.34.38.26  
Fax : 01.44.34.34.55  
[www.cnc.fr](http://www.cnc.fr)

# Sommaire

Avertissement.....	4
Objectifs.....	5
Méthodologie.....	6
Synthèse.....	7
Montée en puissance de la technologie .....	9
I. Nouveaux moyens d'accès et multiplication des écrans.....	9
II. La mise en réseau des appareils .....	10
III. La montée en puissance du stockage numérique.....	13
IV. La prise de contrôle sur la vidéo .....	14
V. Un effet immédiat sur la publicité .....	17
Élargissement de l'offre .....	19
I. L'offre gratuite est abondante, accessible et de qualité .....	19
II. Une attitude plus sélective vis-à-vis de l'offre payante .....	21
III. Les atouts de l'offre payante à la carte .....	22
La VOD.....	24
I. Un service novateur au potentiel important.....	24
II. Un mode de visionnage très motivant.....	24
III. Pratiques de consommation actuelles de la VOD.....	26
IV. VOD via la télévision et VOD sur le Web .....	27
V. Attentes et tendances vis-à-vis de la VOD payante .....	31
VI. La télévision à la demande gratuite ou « catch-up TV » .....	33
Les sites de partage de vidéos.....	34
I. Motivations à l'usage des sites communautaires de vidéos .....	34
II. Usages et perception des leaders YouTube et Dailymotion .....	35
III. Le streaming illégal : la piraterie « douce » .....	37
La Piraterie .....	38
I. Durcissement et banalisation de la piraterie .....	38
II. Maturité et généralisation de la piraterie « classique » .....	38
III. Le streaming contre le téléchargement.....	43
IV. Le développement de la piraterie nomade.....	44
V. La pression de l'illégalité et les moyens de lutte.....	44

# Avertissement

Cette étude ne constitue en aucun cas une présentation de la position du Centre national de la cinématographie sur les questions de piraterie audiovisuelle. Elle ne constitue pas non plus une analyse juridique de la législation en vigueur et de ce qui est autorisé ou interdit par les textes. Cette étude donne simplement un éclairage sur le comportement de certains spectateurs et de certaines pratiques de piraterie. Elle est, à ce titre, un outil de réflexion pour tous ceux qui font de la lutte contre la piraterie une priorité afin de développer les outils non seulement juridiques mais aussi économiques et pédagogiques nécessaires à cette lutte.

Il est rappelé les dispositions des articles suivants du Code de la Propriété Intellectuelle :

## Article L122-4

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite. Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque.

## Article L335-2

Toute édition d'écrits, de composition musicale, de dessin, de peinture ou de toute autre production, imprimée ou gravée en entier ou en partie, au mépris des lois et règlements relatifs à la propriété des auteurs, est une contrefaçon et toute contrefaçon est un délit.

La contrefaçon en France d'ouvrages publiés en France ou à l'étranger est punie de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende.

Seront punis des mêmes peines le débit, l'exportation et l'importation des ouvrages contrefaits. Lorsque les délits prévus par le présent article ont été commis en bande organisée, les peines sont portées à cinq ans d'emprisonnement et à 500 000 euros d'amende.

## Article L335-3

Est également un délit de contrefaçon toute reproduction, représentation ou diffusion, par quelque moyen que ce soit, d'une œuvre de l'esprit en violation des droits de l'auteur, tels qu'ils sont définis et réglementés par la loi.

Est également un délit de contrefaçon la violation de l'un des droits de l'auteur d'un logiciel définis à l'article L. 122-6.

## Article L335-4

Est punie de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende toute fixation, reproduction, communication ou mise à disposition du public, à titre onéreux ou gratuit, ou toute télédiffusion d'une prestation, d'un phonogramme, d'un vidéogramme ou d'un programme, réalisée sans l'autorisation, lorsqu'elle est exigée, de l'artiste-interprète, du producteur de phonogrammes ou de vidéogrammes ou de l'entreprise de communication audiovisuelle.

Est punie des mêmes peines toute importation ou exportation de phonogrammes ou de vidéogrammes réalisée sans l'autorisation du producteur ou de l'artiste-interprète, lorsqu'elle est exigée.

Est puni de la peine d'amende prévue au premier alinéa le défaut de versement de la rémunération due à l'auteur, à l'artiste-interprète ou au producteur de phonogrammes ou de vidéogrammes au titre de la copie privée ou de la communication publique ainsi que de la télédiffusion des phonogrammes. Est puni de la peine d'amende prévue au premier alinéa le défaut de versement du prélèvement mentionné au troisième alinéa de l'article L. 133-3.

Lorsque les délits prévus au présent article ont été commis en bande organisée, les peines sont portées à cinq ans d'emprisonnement et à 500 000 euros d'amende.

# Objectifs

Face au développement des technologies numériques et des offres de services qui leur sont associées, le Centre national de la cinématographie a souhaité mener une étude qualitative sur les nouvelles formes de consommation de programmes audiovisuels et cinématographiques. Cette étude a été confiée à l'institut QualiQuanti.

Cette étude cherche à évaluer la diversité des comportements de consommation, des modalités de visionnage selon le terminal, la perception des téléspectateurs à l'égard de ces nouvelles offres audiovisuelles, la satisfaction des utilisateurs, leurs motivations et leurs attentes. Il s'agit également de comprendre le fonctionnement des éventuels arbitrages du public dans leur consommation de programmes de télévision (câble, satellite, ADSL, TNT), de films en salles, de DVD et de vidéo sur Internet. Cette étude essaie de mettre en lumière les nouvelles tendances de consommation.

Pour appréhender ces nouveaux comportements, une approche volontairement large et multi dimensionnelle a été conduite. Les différents modes d'accès et leurs spécificités en termes de consommation et de perception par le public ont été examinés. L'impact des modalités financières d'accès aux contenus a été évalué. Les comportements de piraterie ont également fait l'objet d'une analyse au regard de ces nouvelles offres. La diversité des supports (physique ou dématérialisé), des contenus (selon leur typologie) a été prise en compte.

# Méthodologie

Un premier travail exploratoire et documentaire a été conduit pour préparer cette étude. Cette phase préalable avait pour objectif de présenter un état des lieux détaillé des différents moyens mis aujourd'hui à disposition des consommateurs pour accéder aux contenus vidéo et les visionner. Elle couvre donc à la fois la télévision, l'ADSL et les supports nomades, dont les fonctionnalités et possibilités techniques seront présentées.

Dans une deuxième étape, des groupes projectifs d'une dizaine de personnes ont été conduits. Les participants aux groupes représentaient un public précurseur, abonnés triple play, technophiles et suréquipés, dont les attitudes et comportements permettent d'anticiper les tendances à terme pour le grand public.

Dans un troisième temps, une étude quali-quantitative en ligne a été menée afin d'approfondir la phase qualitative, à la fois pour quantifier certaines pratiques et perceptions (44 questions fermées), et développer l'analyse qualitative sur plusieurs points (25 questions ouvertes). Cette étude en ligne a été réalisée auprès d'un échantillon de 307 internautes âgés de 15 ans et plus ayant un profil technophile.

Afin de mieux appréhender l'évolution des comportements à partir d'une cible en avance sur le plan de la technologie et des usages, l'échantillon de consommateur a été restreint aux abonnés ADSL à minima à des offres triple play.

# Synthèse

Face au développement des technologies numériques et des offres de services qui leur sont associées, le Centre national de la cinématographie a souhaité mener une étude qualitative sur les nouvelles formes de consommation des images. Elle cherche à évaluer la diversité des comportements de consommation et des modalités de visionnage, la perception des téléspectateurs à l'égard de ces nouvelles offres, la satisfaction des utilisateurs, leurs motivations et leurs attentes. Cette étude essaie de mettre en lumière les nouvelles tendances de consommation. Le CNC a confié la réalisation de cette étude à l'institut QualiQuanti.

## La montée en puissance de la technologie

Les nouveaux usages de la vidéo se caractérisent par une multiplication des canaux (TNT, ADSL, VOD, 3G, streaming, téléchargement) et une prolifération des écrans (TV, PC, baladeurs, mobiles). Les consommateurs précurseurs ont pris goût à cette abondance de choix. Le téléviseur conçu autrefois comme un appareil souverain et isolé est de plus en plus connecté en wifi ou par câble à une série d'autres appareils qui décuplent ses capacités : PC, décodeur, box ADSL, disque dur, enregistreur numérique (PVR).

Ils favorisent la *prise de contrôle* sur la vidéo par le spectateur qui peut facilement commander (le direct), enregistrer, conserver, transférer des contenus avec une grande liberté. Ces spectateurs veulent être les seuls à décider de ce qu'ils regardent, de quelle manière, à quel moment et à quel rythme. Les capacités de stockage ont fait les progrès les plus saisissants : elles peuvent atteindre plusieurs centaines de Gigas, voire aujourd'hui le Tera, ce qui diminue le besoin de graver sur CD ou DVD.

L'essentiel de l'effort financier consenti par les consommateurs concerne le matériel et les équipements d'accès à la vidéo, et beaucoup moins les contenus en eux-mêmes.

## Une offre gratuite abondante, accessible et de qualité

L'accès à la vidéo gratuite n'a jamais été aussi facile, aussi riche et aussi qualitatif car l'offre gratuite de contenu a proliféré. L'offre gratuite de la TNT complétée par l'offre ADSL de base satisfait une bonne partie des attentes. Avec la « télévision de rattrapage » (catch-up TV), le streaming et le téléchargement, le spectateur est largement comblé. Moins disponible et plus exigeant, il devient beaucoup plus sélectif vis-à-vis des offres payantes, dont la valeur se déprécie à ses yeux. Il est prêt à payer pour une télévision à la carte (chaînes à l'unité, mini-bouquets, VOD) mais réticent aux bouquets larges et engageant dans la durée. Les spectateurs se dessinent une télévision personnalisée et à moindre coût, qui semble aujourd'hui les satisfaire totalement.

## L'explosion des sites de partage de vidéos

La fréquentation des sites de partage de vidéos s'est rapidement inscrite dans les habitudes des internautes qui s'y rendent très régulièrement voire quotidiennement. Ces sites complètent l'offre gratuite en donnant accès à des contenus très diversifiés, facilement et sans attendre. La moindre qualité du streaming est tolérée du fait de la gratuité et de l'immédiateté. Le visionnage de contenus illégaux en streaming est assimilé par les consommateurs à de la « piraterie douce ». L'internaute regarde des contenus piratés sans effort, sans culpabilité et souvent sans conscience d'être hors la loi dans la mesure où il ne télécharge pas le contenu mais le consulte directement.

## **Le streaming illégal : une piraterie « douce »**

La banalisation du mode de visionnage en streaming encourage l'émergence d'une nouvelle forme de piraterie « douce » et lève les derniers freins à la piraterie. L'accès gratuit, immédiat et sans manipulation déculpabilise l'internaute qui n'oserait pas télécharger. Le streaming est perçu comme une activité sans aucun risque, compte tenu du mode de consultation. Avec le streaming, la piraterie finit par s'inscrire comme une pratique normale, courante, dont l'idée même qu'elle puisse être illicite disparaît parfois presque totalement de l'esprit du spectateur.

## **Durcissement et banalisation de la piraterie**

Il y a encore trois ans, la piraterie d'un contenu audiovisuel sur Internet était un acte relativement fastidieux, souvent lourd techniquement, et encore teinté d'une connotation transgressive. Il est aujourd'hui largement libéré, facile, rapide, accessible à tous et encore moins marqué par l'illégalité.

La piraterie audiovisuelle s'est fortement accentuée avec la montée des débits et la sophistication des outils de stockage et de transfert. La « massification » et la banalisation des pratiques s'accompagnent d'une tendance à privilégier l'investissement dans les moyens d'accès et le matériel plutôt que dans les contenus. Les pirates ne se sentent que peu ou pas coupables et n'ont pas conscience des risques qu'ils font encourir à l'économie de l'audiovisuel. Ils attendent que les professionnels trouvent de nouveaux modèles économiques, certains d'être dans le bon droit de l'évolution historique.

Inéluctablement, le développement des disques durs et écrans nomades encourage la piraterie. Avec l'augmentation des capacités, la piraterie change d'échelle. Les utilisateurs ne s'échangent plus simplement un film ou une série mais se transmettent désormais une saison complète voire une bibliothèque virtuelle de plusieurs dizaines de films avec une très grande facilité.

## **La VOD : un service novateur au potentiel important**

Aujourd'hui, la VOD est une activité qui suscite un intérêt fort voire un certain enthousiasme de la part de ceux qui l'ont testée. L'engouement et les attitudes favorables à l'égard de la VOD sont d'une certaine manière comparables à ceux suscités par le DVD à sa sortie.

La VOD a un rôle à prendre très important dans ce contexte de liberté de choix. Elle permet d'accéder à une offre premium à tout moment, sans engagement et sans effort. Elle remplace avantageusement la location vidéo mais aussi l'achat de DVD et l'abonnement à des chaînes payantes. Elle apparaît aussi comme un remède acceptable à l'effort éventuel de téléchargement, rempart potentiel contre la piraterie. Pour ceux qui l'ont testée, la VOD suscite un engouement par le confort et le choix qu'elle permet. Elle est vécue comme un moyen innovant d'accès à la vidéo et apporte une liberté inégalée. Reste à accompagner la maturation et le développement des habitudes de consommation avec l'amélioration progressive des catalogues et la mise au point d'offres fidélisantes.

# Montée en puissance de la technologie

Certains spectateurs résument l'évolution de leur consommation audiovisuelle de la manière suivante :

*« Personnellement, ma consommation audiovisuelle a augmenté considérablement ces deux dernières années, cependant cela me coûte moins cher qu'avant, ce qui est paradoxal. »*

*« Je n'achète presque plus de DVD, je me rends moins souvent dans les vidéos club, j'ai diminué la facture du câble, car je suis client de la VOD, de la TNT, des chaînes de ma Alice Box, j'ai aussi un lecteur graveur de DVD, qui enregistre sur disque dur. »*

*« En moyenne ma consommation audiovisuelle est devenue plus sélective. »*

*« Je regarde seulement la télévision pour les infos ainsi que les matchs de foot, ou le sport en général. »*

*« Avec l'arrivée d'Internet et tous les nouveaux moyens, je peux regarder des films ou des émissions quand je le souhaite et je ne suis plus obligée de me plier aux horaires des chaînes de télévision. »*

*« Je ne suis pas attirée par une offre de télé payante puisque j'ai déjà accès gratuitement à plus de 20 chaînes, et l'accès à Internet ADSL permet une grande accessibilité à énormément de choses, notamment les vidéos. »*

*« Je ne pirate pas, je regarde les séries en streaming sur Dailymotion. »*

## I. Nouveaux moyens d'accès et multiplication des écrans

L'évolution des pratiques de consommation audiovisuelle est conditionnée par l'éclatement et la multiplication des moyens d'accès aux contenus vidéo. Les consommateurs les plus technophiles interrogés dans le cadre de cette étude illustrent le fort potentiel de ces nouveaux outils. Le visionnage de la vidéo se fait encore largement par l'intermédiaire du poste de télévision, qui conserve sa position centrale grâce au développement des grands écrans plats et de la Haute Définition (HD).

La modernisation des téléviseurs s'accompagne d'une prolifération des écrans, qui peuvent s'adapter à toutes les circonstances et les espaces-temps de l'utilisateur : écran de l'ordinateur (fixe et portable), écrans nomades (lecteurs DVD portables, écrans embarqués dans la voiture, baladeurs, mobiles, etc.). Les écrans de visionnage nomades haut de gamme (baladeurs multimédia LCD de type iPod movie ou Archos) sont pour l'instant réservés à une minorité en raison de leur coût, mais les usages qu'ils permettent et la qualité offerte sont très valorisés et correspondent à une attente forte des consommateurs. L'écran nomade le plus utilisé pour la vidéo est celui de l'ordinateur portable qui s'est fortement diffusé dans les foyers.

Parallèlement, de nouveaux canaux ou moyens d'accès sont apparus à côté des moyens traditionnels : TNT, télévision par ADSL, VOD, streaming, téléchargement, enregistrement numérique, 3G, etc. Ces nouveaux canaux sont souvent disponibles sur plusieurs écrans. Par exemple, la TNT peut être regardée sur la télévision, mais aussi sur l'ordinateur à l'aide d'une clé USB TNT. La VOD peut être regardée à la fois sur Internet ou par l'intermédiaire de la « box TV ».

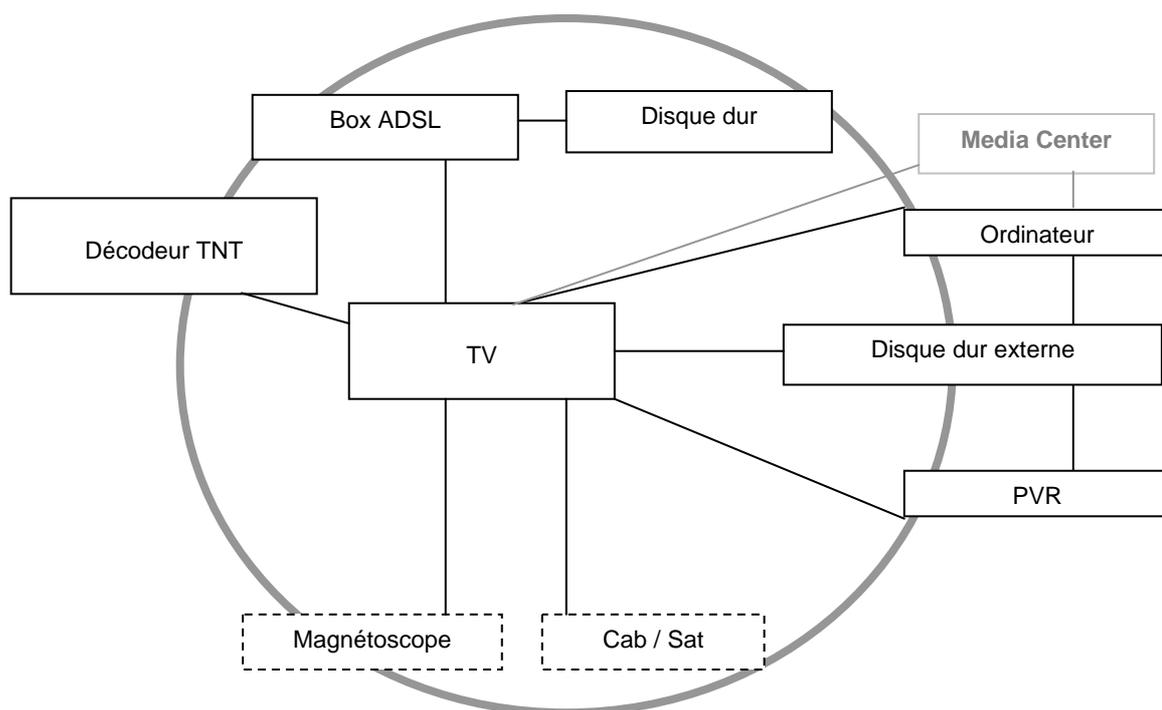
Cette prolifération des moyens d'accès a une conséquence directe sur la gestion du temps des individus. Autrefois à un instant t, un individu avait un choix limité de contenus à regarder et était plutôt passif face à son écran de télévision. Aujourd'hui, il a une multitude de choix aussi bien en termes d'écrans que de contenus. Il est beaucoup moins tributaire de l'agenda télévisuel et doit arbitrer entre une série de possibilités.

	Avant 1998	1998-2004	2005-2007
<i>Chaînes</i>	Hertzien+Cabsat	Hertzien + Cabsat + ADSL	Hertzien+Cabsat TNT + ADSL Streaming TV via le Web
<i>Accès TV</i>	TV	TV	TV, tuner sur PC, tuner TNT sur box, 3G
<i>Accès Internet</i>	RTC	Haut débit (ADSL câble)	Très haut débit (ADSL câble)
<i>Ecran de visionnage</i>	TV	TV, écran LCD Home cinéma	TV Plasma, LCD, etc. PC portable, GPS Archos, iPod, mobile
<i>Location</i>	Vidéo-club	Vidéo-club à distance Achats DVD d'occasion, troc	VOD box VOD Web
<i>Enregistrement</i>	Magnétoscope VHS	Magnétoscope VHS + numérique	Magnétoscope numérique PVR P2P Catch-up
<i>Stockage</i>	Vidéo-thèque VHS	DVD-thèque DivX-thèque	PC (jusqu'à 200 gigas de mémoire) Disque dur externe (jusqu'à 1 Tera) Box HD Web
<i>Connectique</i>	PC et TV non connectés	Câble péritel PC TV	Câbles divers Liaisons wifi Media Center Box HD

## II. La mise en réseau des appareils

Autre particularité des nouveaux usages de la vidéo, les particuliers connectent de plus en plus leurs appareils entre eux, ce qui aboutit à une mise en réseau des supports de diffusion qui permet de combiner leurs avantages respectifs. Les changements les plus significatifs concernent la télévision. Cet appareil de visionnage qui est longtemps resté un objet souverain, central et isolé, s'est vu greffé une série de matériels techniques périphériques qui en décuplent les fonctionnalités.

## Les périphériques du poste de télévision



Cette mise en relation de plusieurs appareils autour de la télévision tend à recentrer cette dernière autour de sa fonction de visionnage, tandis que d'autres outils prennent en charge les fonctions de recherche, de stockage, d'accès et d'enregistrement. Cette forme de « dopage technique » de la télévision suscite chez les consommateurs de nouvelles pratiques et de nouvelles perceptions vis-à-vis des possibilités de l'appareil. En parallèle, certains utilisateurs moins nombreux ont transformé leur ordinateur en centre de visionnage.

### Apport de la « box TV »

L'accès à Internet haut débit (ADSL / câble), qui équipe au premier semestre 2007 84% des foyers ayant Internet (source : Médiamétrie), passe le plus souvent par l'acquisition d'une « box TV », dont les offres sont fortement mises en valeur par les FAI (Livebox, Freebox, NeufBox, AliceBox et récemment DartyBox à destination du très grand public).

La « box TV », littéralement boîtier, permet à l'abonné d'accéder principalement à trois services, souvent regroupés au sein d'une offre unique appelé offre triple play : l'accès à l'Internet en haut débit, la téléphonie fixe, la télévision numérique - quadruple play avec la téléphonie mobile. La « box TV » offre notamment en plus de la TNT un accès gratuit à des chaînes supplémentaires. Les dernières versions intègrent un disque dur permettant le contrôle du direct et l'enregistrement numérique.

La motivation d'achat d'une « box TV » est d'abord liée aux arguments du très haut débit et de la téléphonie illimitée. La qualité numérique et les chaînes gratuites via l'ADSL apparaissent généralement pour les consommateurs comme des « avantages inclus », dans les premiers temps de l'abonnement.

Les foyers équipés d'une « box TV », en particulier des versions HD qui prennent place progressivement, disposent donc d'une large offre de télévision gratuite et d'un modem performant, doté de fonctionnalités comme le contrôle du direct, l'enregistrement numérique, le stockage de fichiers audiovisuels sur un disque dur, d'une large offre de télévision gratuite. Ils

bénéficient de la qualité numérique pour toutes les chaînes reçues, d'un moyen d'accès à des services de vidéo à la demande, et d'un dispositif qui permet de faciliter les connexions entre les appareils de la maison grâce au wi-fi.

Ces fonctionnalités nouvelles de la télévision s'imposent d'autant plus facilement comme des fonctionnalités « normales » qu'elles sont accordées dans le « package » Internet et qu'elles sont proposées systématiquement.

### **Apport de l'ordinateur**

Les utilisateurs peuvent également raccorder l'ordinateur à la télévision principalement par câble ethernet ou en wi-fi. Cette pratique correspond à une attente forte. Pour preuve, les portails de VOD commencent à faire des offres incluant un kit PC-TV gratuit.

Le raccordement de l'ordinateur au téléviseur permet d'accroître le confort de visionnage en remplissant trois fonctions différentes. Il permet de regarder confortablement sur l'écran du téléviseur les fichiers stockés sur l'ordinateur. Il permet aussi de transformer l'écran d'ordinateur en téléviseur d'appoint. Parfois, il offre la possibilité de transformer l'ordinateur en magnétoscope numérique.

La complexité technique de l'opération de raccordement reste un frein à ce type d'association, d'autant que le résultat des branchements n'est pas toujours fiable. Néanmoins les nouvelles générations de « box TV » des FAI (versions HD) intègrent de plus en plus de solutions simples de synergie entre l'ordinateur et la télévision. Elles deviennent des « *media centers* ». Un media center est une plate-forme multimedia dont la fonction est la lecture de fichiers multimédias (image, son, vidéo). Le media center gère à lui seul les transferts de contenus audiovisuels entre les appareils du foyer notamment entre l'ordinateur et la télévision.

Pour l'instant, seuls les plus technophiles s'équipent d'un media center. Mais ils dessinent sans doute une tendance de fond car les attentes actuelles des consommateurs vis-à-vis d'une télévision idéale vont dans le sens d'un objet intégral et omnipotent, mêlant à la fois le confort de l'écoute télévisuelle, les fonctions de contrôle avec le PVR, les avantages du Web pour la navigation, l'accès aux contenus et la sélection, les capacités de traitement et de stockage de l'ordinateur.

*« Une télévision avec les fonctions de l'ordinateur. »*

L'évolution idéale de l'objet télévision-ordinateur passe également par un allègement de la connectique, notamment pour transférer des données et des contenus plus vite et plus intuitivement.

*« Une connectique plus moderne, parce que tous les câbles, la péritel, etc., c'est gros, encombrant, peu esthétique,... »*

*« Gérer les enregistrements à distance avec son téléphone portable. »*

### III. La montée en puissance du stockage numérique

L'évolution des pratiques est aussi marquée par une montée en puissance du stockage numérique des images. Les utilisateurs se dotent d'appareils aux capacités de stockage énormes, et sont conscients des progrès réalisés dans ce domaine. Sur leur ordinateur, les consommateurs ont de plus en plus souvent un disque dur d'au moins 100 Go. Les disques durs externes deviennent un périphérique courant. Pour 120 euros, il est désormais possible de se procurer des disques durs de 500 Go. Certains disques durs sont capables de stocker 1 Tera (1 000 Go) de données. L'équipement en « box TV » se développe, avec des disques durs intégrés jusqu'à 80 Go. Le PVR permet de stocker jusqu'à 50 heures de programmes.

Les consommateurs s'équipent de disques durs portables avec un lecteur intégré, particulièrement faciles d'utilisation (utilisation instantanée, alimentation via USB), sur lesquels ils stockent entre autres des films et des séries téléchargés ou enregistrés à la télévision. C'est la banalisation du transfert de données.

Les disques durs externes permettent d'enregistrer des contenus vidéos, mais ils permettent surtout de les emporter avec soi, pour un visionnage hors du domicile (emmener un stock de films ou de dessins animés en week-end, vacances ou voyage), pour un échange des contenus piratés au sein des cercles familiaux, amicaux, professionnels, pour simplement stocker avec un encombrement minimum (constitution d'une vidéothèque numérique du foyer).

Cette tendance favorise la banalisation de la piraterie, qui se développe sous une forme plus dématérialisée et volatile que par le passé. Les consommateurs possèdent de moins en moins de contenus audiovisuels sur support physique, beaucoup de contenus sont regardés en streaming, sans acquisition de fichiers. Les contenus téléchargés sont de moins en moins gravés sur CD ou DVD (alors qu'ils l'étaient pour la plupart il y a quatre ans) et aussitôt effacés après visionnage. Certains spectateurs se débarrassent de leur stock de DivX accumulés ces dernières années après les avoir chargés dans un disque dur.

Le niveau d'achat de supports de stockage met en évidence une tendance forte. Ainsi, l'essentiel de l'effort financier consenti par les consommateurs concerne le matériel et les équipements d'accès à la vidéo, et beaucoup moins les contenus en eux-mêmes.

#### **Le Web comme disque dur géant**

Internet n'est plus seulement une source de récupération de contenus, mais est utilisé comme un gigantesque disque dur. Les internautes expliquent qu'il leur est plus facile de re-télécharger un film qu'ils souhaitent revoir plutôt que le graver sur un support ou le conserver sur leur disque dur. Les films sont appréhendés comme des fichiers informatiques qui prennent de la place sur le disque dur.

*« Je ne m'embête plus à graver, et je stocke moins de films sur le disque dur, ça prend de la place. Je me dis que si je veux le revoir, je pourrai toujours le télécharger à nouveau, c'est aussi simple. »*

Investissement sur le hardware vs le software, montée en puissance du stockage numérique, dématérialisation de la piraterie	
2004	2007
Achat de DVD vierges	Multiplication des disques durs et accroissement des capacités de stockage numérique
Films gravés sur DVD (car l'acquisition représentait un effort important : long, plus ou moins compliqué, etc.)	Temps de téléchargement très réduit ; encore plus facile de télécharger
Plaisir de la matérialisation sur support : posséder l'objet était la récompense et incarnait le plaisir de l'avoir acquis gratuitement	Une fois visionnés, les films sont aussitôt effacés, car il est plus pratique de re-télécharger au besoin plutôt que de s'encombrer avec des DVD
	Le stockage numérique est une alternative avantageuse au DVD gravé pour les films que l'on veut vraiment conserver
Disque du PC = intermédiaire technique entre la source (Web) et le support (DVD gravé)	Disques durs du PC, de la box TV ou externe = une médiathèque numérique
Web = source de récupération des contenus audiovisuels ; moyen d'acquisition gratuite des contenus sur support	Web = gigantesque disque dur et source permanente de visionnage (streaming) et de téléchargement ultra rapide à tout moment

#### IV. La prise de contrôle sur la vidéo

L'ensemble des mutations en cours dote le spectateur de nouveaux moyens de maîtrise de l'offre vidéo, qui se traduit par un désir de liberté et de contrôle sur les contenus visionnés :

- Essor de la vidéo « à la demande », à l'initiative du spectateur,
- Tendances vers une télévision « sur mesure » avec une préférence pour les offres de mini-bouquets ou de chaînes à l'unité que pour les gros bouquets,
- Possibilité du contrôle du direct et d'enregistrement pour un visionnage différé grâce au PVR,
- Système de « catch-up TV » permettant de choisir le moment de visionnage d'un programme télévisé ou de rattraper une émission manquée,
- Liberté d'approvisionnement en contenus audiovisuels à l'infini et à tout moment sur le Web.

Dans ce contexte, les spectateurs veulent être les seuls à décider de ce qu'ils regardent, de quelle manière, à quel moment et à quel rythme.

## Evolution du rapport du public à la vidéo

Temps 1	Temps 2	Temps 3
Age de la vidéo à domicile	Age de l'hyper choix télévisuel	Age du contrôle de la vidéo par le spectateur
Apparition de la télévision, avec une seule chaîne ou deux chaînes.	Apparition d'une multitude de chaînes (câble et satellite) et dilution de l'offre, avec les problématiques d'aide au repérage et la difficulté d'émergence des programmes.	Apparition d'outils techniques de contrôle du direct, possibilité d'accéder à des contenus via la télévision ou l'ordinateur, de retrouver l'accès à des programmes manqués. Le spectateur n'est plus soumis au calendrier des chaînes, et s'imprègne progressivement d'une culture du « sur mesure » et du contrôle total.

Cette prise de contrôle par les spectateurs sur les contenus vidéo résulte de la sophistication des moyens d'enregistrement, de stockage et de lecture. Les « box TV » les plus récentes sont équipées d'un magnétoscope numérique très performant et d'un disque dur.

Le PVR offre essentiellement trois fonctionnalités au spectateur :

- Enregistrer des programmes de télévision (comme un magnétoscope) pour les visionner ultérieurement,
- Mettre en pause un programme en direct pour pouvoir le regarder avec un léger différé (quelques minutes à quelques heures) ou en marche arrière/avant accéléré (contrôle du direct),
- Archiver ces vidéos sur un support de type DVD-R, sans aucune perte de la qualité.

Les spectateurs interrogés dans le cadre de cette étude valorisent fortement cette capacité de contrôle. Elle permet un mode d'écoute actif et particulier de la télévision, en choisissant de regarder les programmes au moment et au rythme voulu. Par exemple :

- s'autoriser à interrompre la lecture d'un film,
- accélérer les pages de publicité,
- faire un retour en arrière pour mieux revoir un passage,

Le contrôle est surtout utilisé pour les programmes de stock enregistrés (séries et films) et moins pour les programmes de flux, excepté pour certains directs, en particulier le sport. Cette nouvelle liberté restructure le visionnage de la télévision. Le spectateur passe plus de temps devant son téléviseur qui diffuse les contenus qu'il s'est choisi, et moins de temps devant les chaînes de télévision.

## Vers un nouveau modèle télévisuel

Les pratiques des spectateurs invitent à repenser le modèle de la télévision tel que nous le connaissons.

Les spectateurs sont à la fois moins tributaires de l'agenda télévisuel et de ses contenus grâce au PVR, au système de « catch-up TV » et à l'alternative de l'offre pléthorique gratuite du Web. Ils sont plus actifs et sélectifs (ou du moins soucieux de l'être) vis-à-vis de ce qu'ils regardent à la télévision en termes d'offre de programmes, en particulier des offres payantes.

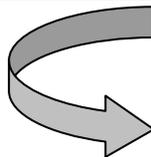
*« Avant on regardait des choses qui nous plaisaient moyennement et maintenant on regarde que ce qui nous plaît vraiment. »*

L'offre télévisée fonctionne parfois pour certains spectateurs comme une bande-annonce du contenu sur Internet. Il est possible de découvrir une série à la télévision puis d'aller voir la suite par ses propres moyens sur le Web et éventuellement d'accéder à des versions pirates des saisons suivantes. Ainsi, les séries sont vues sans subir les contraintes de programmation hebdomadaire.

Ces nouveaux comportements et attitudes tendent vers l'attente idéale d'une télévision entièrement à la carte pour tous les programmes de stock, qui seront à la demande du consommateur. En effet, les programmes de stock peuvent aujourd'hui être vus au moment choisi (PVR, Web) et en dehors des horaires proposés par la télévision.

### Evolution du modèle de la télévision

TV pour tous	TV personnelle
TV de l'offre	TV de la demande
Rythme imposé	Sur mesure, à la carte
Le consommateur décide de regarder ou non ce qu'on lui propose	Le consommateur décide de ce qu'il veut voir, quand, et à quel rythme



À condition de pouvoir :

- Savoir ce qu'il veut regarder
- Trouver ce qu'il veut

Après avoir été « désossée » de ses fonctionnalités traditionnelles, la télévision se recentre sur plusieurs fonctions essentielles :

- le confort du visionnage,
- la fonction d'aide au choix : suggestion de programmes et fonction de « teaser » pour des programmes,
- « grands rituels » télévisés à portée familiale, en particulier l'information, le direct et les jeux (sport, info en continu et journaux télévisés, magazines ayant un lien fort avec l'actualité, télé-réalité et jeux).

## V. Un effet immédiat sur la publicité

### Le vécu vis-à-vis de la publicité

La publicité est l'une des premières « victimes collatérales » de cette prise de contrôle de la vidéo par l'utilisateur. La publicité irrigue plus difficilement l'offre gratuite. Les spots de publicité peuvent être supprimés des contenus téléchargés grâce à la fonction d'accélération du magnétoscope numérique.

Sur Internet, la publicité est souvent ressentie comme une gêne car les internautes ont une sensibilité exacerbée à l'intrusion publicitaire. La logique de contrôle du contenu suppose que le spectateur-internaute obtienne :

- ce qu'il a demandé (rejet de la publicité alors qu'il a demandé un contenu vidéo)
- ce qu'il a demandé tout de suite (rejet du délai imposé par la publicité de type « pré-roll »)

La publicité en « pré-roll » va à l'encontre des réflexes naturels de maîtrise sur Internet. La publicité apparaît comme un délai imposé à ce que l'on a demandé.

*« Je m'attendais à voir Les têtes à claque, et à la place, j'ai une publicité : c'est pas ce que j'ai demandé !! »*

De fait, certains utilisateurs très technophiles parviennent déjà à contourner les publicités en faisant lire le programme par un lecteur permettant l'avance rapide.

*« S'il y a de la publicité on est obligé de la regarder. »  
« On récupère l'adresse et on le passe dans un autre lecteur qui permet de passer la publicité. »*

À la rigueur, le modèle « pré-roll », diffusé en introduction d'une vidéo, peut être toléré comme un moment d'attente ou de chargement. Cependant, la hausse continue des débits fait perdre de la crédibilité à cet argument.

*« Je vois pas pourquoi il faut un temps de chargement pour la vidéo et par pour la publicité : ils n'ont qu'à retirer la publicité et la vidéo arrivera plus vite. »  
« C'est une fausse excuse, c'est pour mettre de la publicité. »*

### L'acceptation de la nécessité de la publicité comme une « monnaie d'échange » de la gratuité

Les spectateurs ont une relative conscience de la nécessité de la publicité pour financer la gratuité de l'accès aux contenus. Ils parlent de « donnant-donnant », ou de « condition de la gratuité ». La publicité est une alternative jugée acceptable pour bénéficier de tarifs attractifs sur la VOD ou accéder gratuitement aux contenus, à condition qu'elle ne pollue pas le visionnage du programme et qu'elle respecte les nouvelles conditions d'écoute sur Internet.

*« On devra supporter la pub, c'est pas grave. »  
« A partir du moment où c'est gratuit, ça ne me dérange pas. »  
« Si c'est un moyen de faire baisser les tarifs, pourquoi pas ? »*

Ces comportements obligent à définir les conditions d'acceptation de la publicité. Les clés de la monétisation de ses contenus sur le Web restent à trouver.

## Les conditions d'acceptation de la publicité

Les modalités d'acceptation de la publicité sur Internet sont un sujet complexe qui mériterait une étude à lui tout seul. Il faut en particulier tenir compte des paramètres suivants :

- L'emplacement : la publicité en tout début de programme peut être tolérée, comme un temps d'installation, d'immersion. Les spectateurs rejettent surtout les coupures publicitaires pendant le programme.

*« Si c'est avant que le film commence, ça va. Ça permet de s'installer. C'est une condition pour que ce soit gratuit. »*

*« Du moment que c'est avant ou après les vidéos. »*

- Le nombre : pour un film de 1h30, 3 ou 4 publicités maximum sont acceptées en début de film.
- Le contenu : les spectateurs expriment un appel à la créativité des publicitaires avec une attente de publicités originales à valeur ajoutée. Autrefois une publicité avait vocation à susciter le désir pour un produit ou service. Désormais dans un contexte où la publicité peut être zappée, c'est à la publicité elle-même de se rendre désirable et attractive.

*« D'accord mais des pubs originales, sympa, qu'on ait envie de regarder. »*

- Le ciblage : une attente pour des publicités plus ciblées en fonction du programme, mieux adaptées au contenu.

Deux exemples sont à suivre de près pour comprendre les évolutions possibles de la publicité associée aux contenus vidéo sur Internet : Joost (plate-forme de partage de vidéos légales en peer to peer) et YouTube.

Le modèle d'intégration publicitaire proposé par Joost essaie de tenir compte des spécificités de l'internaute. Le système propose aux annonceurs d'adresser leurs messages à un public en ciblant non seulement en fonction du programme, mais grâce à l'adresse IP, au comportement du « jooster », aux vidéos vues récemment, au profil défini lors du chargement du lecteur, etc. En termes d'intégration, Joost adapte la durée des messages publicitaires à la durée du programme visionné et propose sur son interface des liens publicitaires facultatifs en relation avec les programmes. La plateforme Joost invite les marques à créer leurs propres chaînes ou à proposer du contenu avec une articulation très forte.

YouTube vient de lancer InVideo, un format de publicité qui garantit un fort engagement de l'internaute sans impact négatif sur son expérience d'utilisation. A la différence des publicités « preroll » ou « postroll », InVideo perturbe moins le spectateur et affiche un taux d'abandon plus faible. Les publicités InVideo apparaissent 15 secondes après le début de la vidéo et occupent 20 % du bas de l'écran. Si au bout de 10 secondes l'utilisateur n'a pas cliqué sur le bandeau, il se réduit. Un signet doré s'affiche au bas du lecteur vidéo pour indiquer l'emplacement de la publicité InVideo. Une option permet de réduire la publicité lorsqu'elle s'affiche, mais moins de 10 % des internautes l'utilisent. Après réduction de la publicité, une flèche permet d'y avoir accès à tout moment. Lorsque l'on clique sur la publicité, la vidéo se met automatiquement sur pause et un calque Flash se superpose, permettant de diffuser n'importe quel format, que ce soient des bandes-annonces ou des ventes de tickets pour un concert par exemple.

# Élargissement de l'offre

## I. L'offre gratuite est abondante, accessible et de qualité

En parallèle de ce développement technologique, l'offre de contenus audiovisuels gratuits (légale et illégale) est devenue très abondante.

### Panorama de l'offre gratuite accessible aux abonnés des « box TV »



L'offre nouvelle de la TNT constitue l'innovation la plus importante. A l'arrivée de la TNT sur les « box TV » il y a trois ans, le public reprochait l'absence de TF1 et M6 - ce qui représentait un gros manque -, et le reste de l'offre était jugé pauvre en particulier sur la thématique information.

Aujourd'hui, TF1 et M6 sont accessibles et il y a désormais 18 chaînes gratuites contre les 7 chaînes classiques du réseau hertzien analogique. Ces chaînes sont accessibles à la fois via le tuner TNT de la « box TV » et via l'ADSL.

Les fournisseurs d'accès Internet (FAI) Orange, Neuf et Free proposent mi 2007 dans leur offre de base ADSL entre 50 et 100 chaînes gratuites. Outre les 18 chaînes de la TNT, sont accessibles gratuitement des chaînes internationales (8 à 33 selon le FAI), des chaînes d'information (3 à 6), des chaînes locales et certaines thématiques (musique, jeunesse, etc.).

## Les offres de télévision des FAI

	FREE	NEUF	ORANGE
Bouquet de base (compris dans l'abonnement à la box)	95 chaînes : - TNT gratuite (18)  - Monde et local (46), musique (5), information (4)  - MTV et MCM incluses	73 chaînes : - TNT gratuite (18)  - Monde et local (20), information (6), shopping et vie pratique (5), jeunesse (3), sport (2)  - Paris Première, AB1, TPS Star (TNT payante), Téva, L'Equipe TV, MTV, TFou et CNN Europe incluses	50 chaînes : - TNT gratuite (18)  - Monde (8), shopping et vie pratique (6), information (3)  - CNN Europe incluse
Chaînes payantes en option	13 mini-bouquets, 71 chaînes au total  25 chaînes proposées à l'unité	6 mini-bouquets, 24 chaînes au total  14 chaînes à l'unité	Pas de mini-bouquet et pas de chaîne à l'unité pour l'instant

Les 18 chaînes gratuites de la TNT sont : TF1, France 2, France 3, Canal+ (en clair), France 5, M6, Arte, Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, LCP, Public Sénat, France 4, I-Télé, Europe2 TV, Gulli, BFM TV.

Cette offre gratuite est démultipliée par les possibilités du magnétoscope numérique qui facilite l'enregistrement et met à disposition des spectateurs un stock de programmes gratuits. La « catch-up TV » permet également aux téléspectateurs n'ayant pu regarder leurs programmes de pouvoir les visionner gratuitement pendant une certaine durée après leur diffusion, généralement une semaine.

La vidéo en streaming sur Internet vient compléter cette offre gratuite. Il est très facile, sur des sites de partage vidéo comme YouTube ou Dailymotion, d'organiser des « soirées vidéos » en remplacement de « soirées TV classiques ». Lorsque le film du soir ne convient pas, les spectateurs se reportent sur des sites et regardent des clips, des extraits en tout genre en surfant d'une vidéo à l'autre, ou même des UGC (User Generated Content).

*« Quand il n'y a rien à la télévision, je me fais une soirée sur YouTube, c'est un bon compromis. »*

La piraterie s'impose également comme une offre gratuite substantielle de complément, notamment pour tout ce qui touche aux séries télévisées, aux films récents et moins récents, que le spectateur peut se procurer de plus en plus facilement (voir ci-après le chapitre consacré à la piraterie).

### Une offre gratuite très facile d'accès

En plus d'être pléthorique, l'offre gratuite de vidéo est extrêmement facile d'accès. En effet, l'installation de la TNT et des « box TV » est simple et immédiate. Le raccordement de la TV à la box qui était délicat au démarrage de l'ADSL est de plus en plus facilité par le wi-fi, et les branchements filaires qui subsistent sont aisés. Dès que la box est branchée, le spectateur peut regarder la TNT et les chaînes gratuites de l'ADSL. Il n'y a pas d'installation d'antenne, l'utilisation est simple, l'image est de qualité, les spectateurs soulignent leur impression d'une télévision particulièrement facile d'usage.

Les contenus piratés se téléchargent également très rapidement grâce à des sites de plus en plus performants et simples d'utilisation. Aujourd'hui, un long-métrage peut s'acquérir en moins d'une heure alors que le délai était de plusieurs jours il y a seulement trois ans.

### **Une offre gratuite qualitative**

Quantitativement pléthorique, l'offre gratuite est également de bien meilleure qualité que par le passé. Concernant la télévision gratuite, les spectateurs constatent que le contenu des chaînes s'est globalement enrichi, et que l'offre gratuite TNT et ADSL rivalise aujourd'hui avec l'offre de base du câble et du satellite.

L'offre télévisuelle de l'ADSL est d'autant plus satisfaisante que les spectateurs ont la possibilité de compléter à moindre coût l'offre gratuite avec des mini bouquets thématiques de trois ou quatre chaînes, et de très nombreuses chaînes à l'unité à partir de 0,50 euros par mois.

Sur le plan technique, la qualité de la diffusion par la TNT et par l'ADSL est jugée globalement satisfaisante. Par rapport à la diffusion hertzienne, la qualité numérique est appréciée aussi bien pour l'image que pour le son. Néanmoins, l'environnement technique de la TV par ADSL peut poser problème. Les spectateurs ADSL se plaignent de problèmes techniques fréquents ou occasionnels, essentiellement liés à la connexion. Ces défauts sont tout à fait tolérés pour une offre gratuite ou pour des chaînes à l'unité.

Avec l'accès gratuit à une offre TNT+ ADSL large, et les possibilités « légères » d'acquérir des chaînes complémentaires (prix attractifs, facilité d'abonnement et de résiliation interactive via la box), les spectateurs se dessinent une télévision personnalisée et à moindre coût, qui semble aujourd'hui les satisfaire totalement. Ils ont une attitude plus sélective vis-à-vis des offres payantes classiques complètes.

## **II. Une attitude plus sélective vis-à-vis de l'offre payante**

La forte satisfaction vis-à-vis de l'offre gratuite peut conduire les consommateurs à limiter leurs abonnements en télévision payante. Dans cette étude, plusieurs cas de résiliations d'abonnement au câble ou au satellite ont été observés suite à l'acquisition d'une « box TV ».

La prise d'abonnement à une offre élargie de télévision par ADSL payante (Canal+, CanalSat, etc.) est freinée à différents niveaux :

- Premier frein évident : le prix. Il est inutile de payer pour une offre dont on estime pouvoir se procurer l'équivalent gratuitement.
- Second frein, structurel : la saturation du budget temps. Il est déjà matériellement impossible de voir la totalité de l'offre gratuite disponible, le spectateur n'a pas envie de payer pour des contenus qu'il n'aura pas le temps de voir.
- Troisième frein : une qualité technique aléatoire de réception de la télévision par ADSL (sautes, coupures,...). Les consommateurs tolèrent ces désagréments pour des chaînes gratuites ou à l'unité, peu chères et facilement résiliables. Néanmoins, ils sont réticents à s'engager sur des offres de bouquets complets dont ils savent qu'ils risquent de ne pas profiter pleinement.

- Quatrième frein : les modalités de consommation et le contenu des offres payantes. Les consommateurs triple play sont souvent critiques vis-à-vis :
  - du système de choix par bouquet, qui manque de flexibilité par rapport au choix à l'unité,
  - des forfaits pour des bouquets thématiques trop vastes avec un risque de sous-utilisation,
  - des doublons existants avec l'offre gratuite ADSL,
  - du manque de souplesse des abonnements (cf. changement des chaînes à la carte, processus de résiliation,...),
  - de la durée d'engagement trop longue qui n'est pas dans la culture des abonnés triple play.

Compte tenu de l'abondance de l'offre gratuite de plus en plus attractive et des moyens variés et faciles pour y accéder, la valeur ajoutée des offres payantes baisse dans l'esprit des consommateurs.

Il faut offrir beaucoup plus pour justifier le prix. Les consommateurs sont moins enclins à vouloir payer car ils sont habitués à trouver quasiment tout ce qu'ils veulent gratuitement (légalement ou illégalement). La diminution de l'attraction des offres payantes affecte également les DVD qui sont concurrencés par l'offre téléchargée illégalement.

### III. Les atouts de l'offre payante à la carte

#### L'offre TV payante actuelle des FAI

Tous les FAI proposent Canal+ le bouquet et CanalSat en option payante et au même tarif (au 31 juillet 2007 respectivement 31,90 euros pour Canal+ le bouquet et CanalSat entre 20,90 et 57,90 euros selon l'option choisie). Les FAI ont des politiques différenciées concernant les mini-bouquets et les chaînes à la carte.

#### Composition de l'offre des principaux FAI

	FREE	NEUF	ORANGE
Chaînes en option	13 mini-bouquets, : - De 2 à 12 chaînes - De 0,99 à 14,99€ - Monde (6) musique (3), charme (2), jeunesse (1), loisirs (1)  25 chaînes à l'unité : - De 0,25 à 9,99€ - Musique (6), sport (4), société (4), jeunesse (2), information (2), monde (2), charme (1)	6 mini-bouquets - De 2 à 8 chaînes par bouquet - De 1 à 11€ - Musique (2), loisirs (2), monde (1), charme (1)  14 chaînes à l'unité : - De 0,50 à 14€ - Monde (4), société (3), sport (2), musique (1), jeunesse (1), charme (1)	Pas de mini-bouquet   Pas de chaîne à l'unité
Canalsat	- Canalsat (20,90 à 57,90€) - Canal+ Le bouquet (31,90€)	- Canalsat (20,90 à 57,90€) - Canal+ Le bouquet (31,90€)	- Canalsat (20,90 à 57,90€) - Canal+ Le bouquet (31,90€)

## **Un vif intérêt pour une offre payante de TV personnalisée :**

Les spectateurs se tournent volontiers vers les chaînes à la carte ou les mini-bouquets. Ils leur permettent d'optimiser leur budget télévision en se concentrant sur les thèmes qui les intéressent vraiment, avec un attachement plus fort à ces chaînes.

*« Mon bouquet de télévision gratuite et les chaînes à la carte comblent parfaitement mes attentes en étant tout a fait abordables au niveau tarifaire. »*

*« L'offre de chaînes est intéressante mais on est obligé de s'abonner à des chaînes inintéressantes pour avoir les chaînes intéressantes ; du coup on paye cher pour peu de chaînes de qualité. »*

*« Je suis attirée seulement par l'offre des chaînes payantes à l'unité, je paye 0,49 € par mois pour regarder MTV base quand je le veux. »*

*« Je suis beaucoup plus attirée par l'option de chaîne payante à l'unité. J'apprécie les programmes de CanalSat mais toutes les offres ne m'intéressent pas. »*

L'interface ADSL et le système de facturation mensuel permettent de modifier facilement les abonnements à ces chaînes payantes. Toutefois, les modifications d'abonnement sur le câble ont été beaucoup plus délicates.

*« Via la Freebox je peux choisir à la carte les chaînes qui m'intéressent. Entre les locations de DVD et l'offre de VOD, je peux satisfaire l'ensemble de mes goûts. J'avais pensé à m'abonner avant de profiter de ces différents services mais je ne trouve plus ça utile. »*

# La VOD

## I. Un service novateur au potentiel important

La vidéo à la demande (VOD) permet aux téléspectateurs de commander à tout moment des films, concerts, émissions, qui pourront alors être regardés soit instantanément, soit pendant une certaine durée, soit en cas d'achat définitif autant de fois que le consommateur le souhaite.

Il existe deux moyens pour accéder à un film par l'intermédiaire d'un service de VOD :

- la télévision, à l'aide d'un décodeur numérique de type « box TV » (le choix se fait avec la télécommande et le film est transmis directement via la box),
- Internet, via les sites dédiés (en téléchargeant un lecteur, application multimédia permettant le visionnage du film).

Aujourd'hui, la VOD est une activité qui suscite un intérêt fort voire un certain enthousiasme de la part de ceux qui l'ont testée. L'engouement et les attitudes favorables à l'égard de la VOD sont d'une certaine manière comparables à ceux suscités par le DVD à sa sortie. La dénomination « à la demande » correspond exactement aux attentes actuelles de consommation de la vidéo mais avec le risque de devenir l'appellation générique des nouveaux usages, qu'ils soient payants ou non. En définitive, pour ceux qui piratent, toutes les vidéos sont « *on demand* » sur les sites illégaux.

Les utilisateurs de services de VOD pressentent que leur consommation de VOD est amenée à augmenter parce qu'ils prennent goût au confort matériel offert par la VOD. Leur satisfaction vis-à-vis des films vus en VOD est forte. Le choix du consommateur a souvent été mieux balisé que pour l'achat ou la location d'un DVD grâce aux notations, à la possibilité de voir des extraits, des avis de spectateurs sur Internet. La maturité à venir du marché de la VOD va amener des propositions plus motivantes, en réponse aux attentes des consommateurs avec un élargissement progressif des catalogues, des politiques de commercialisation attractives avec des forfaits ou des abonnements « SVOD » -Subscription Video on Demand-. La VOD est amenée à jouer un rôle important dans le paysage de la consommation vidéo.

## II. Un mode de visionnage très motivant

Pour les spectateurs qui en ont déjà fait l'expérience, la VOD est vécue comme un moyen innovant d'accès à la vidéo, qui apporte un confort et une liberté inégalée. La VOD présente des atouts essentiels dans le contexte actuel, qui motivent particulièrement les consommateurs.

### **Une télévision à la carte**

La VOD épouse la tendance d'une prise de contrôle sur les contenus par les consommateurs. Elle permet de s'affranchir des horaires de diffusions de la télévision en consommant le programme au moment choisi, et avec une certaine souplesse de visionnage (disponibilité de 24h à 48h, possibilité de faire une pause, etc.). Cette prise de liberté offerte par la VOD est particulièrement appréciée pour le visionnage des séries. Les épisodes peuvent être vus à la suite à la différence du rythme hebdomadaire imposé par la télévision. Les spectateurs parlent de la VOD comme un moyen de visionnage capable de répondre particulièrement bien à leurs envies à tout moment.

## Un service à domicile

La VOD est synonyme pour les consommateurs d'un accès à la vidéo à la maison, dans la minute et sans effort : c'est le vidéo-club instantané, à domicile et sans intermédiaire. La VOD est l'alternative la plus directe au vidéo-club. Elle répond avantageusement aux contraintes du vidéo-club tels le déplacement, les ruptures de stock sur les nouveautés et la faible représentation de certains genres ou films en dehors des blockbusters.

*« C'est pratique quand on a rien sous la main et pas envie de se déplacer. »*

*« A la base j'allais au vidéo-club et je me suis rendu compte qu'en fin de semaine je ne trouvais jamais ce que je voulais. »*

La VOD satisfait sans délai une envie immédiate, garantit une disponibilité permanente des films les plus recherchés, avec une offre également riche pour les contenus plus rares certains ne sont d'ailleurs disponibles qu'en VOD.

### Comparaison VOD – Vidéo-club

Vidéo-club	VOD
Obligation de se déplacer	Pas de déplacement : vidéo-club à domicile
Pas de délai entre la location et le visionnage	Pas de délai via la télévision. Délai de téléchargement (limité) via le Web
Ruptures de stock en fin de semaine et sur les dernières sorties	Disponibilité des vidéos 24h/24 et 7j/7
DVD qui a subi des dommages matériels (rayures...)	Qualité soumise aux conditions techniques de réception de l'ADSL
Achat matérialisé	Dématérialisation de l'acte d'achat (report automatique sur la facture globale)
Choix plus ou moins restreint et souvent centré sur les blockbusters américains	Choix immense pour la VOD via le Web, encore un peu limité via la télévision
Abonnement ou location à l'unité	Location surtout à l'unité, peu de systèmes de forfait (SVOD)
Temps de location de 6h à 3 jours	Temps de location de 24 ou 48h

### Un « cinéma de rattrapage »

Dans un contexte de saturation du budget-temps, la VOD offre la possibilité de voir, à moindre coût et sans effort, un film manqué lors de sa sortie en salle. Il y a même une attente pour une organisation de l'offre par regroupements de films sortis en salle à une même date.

### Un avantage économique par rapport au cinéma notamment pour les familles

Pour les consommateurs, la VOD constitue une alternative économique et souple. Chacun peut regarder le même programme à des moments différents dans le temps de location imparti, les enfants peuvent regarder un dessin animé en boucle comme ils aiment à le faire.

## **Un rempart potentiel à la consommation illégale**

La facilité et le confort d'usage de la VOD peuvent désarçonner l'envie de pirater. Les téléchargeurs sont sensibles à l'instantanéité d'accès au contenu, au fait que la VOD ne consomme pas de bande passante, à la garantie de ne pas avoir de mauvaises versions et, même, au caractère légal.

*« J'avais pas envie d'aller au vidéo club et j'avais pas envie de télécharger.  
En général, c'est quand j'ai pas envie d'attendre le temps de téléchargement. »*

## **Une fonction d'aide au choix et de teaser dans un contexte d'hyper choix et d'hyper sollicitation**

Les catalogues VOD constituent un intermédiaire à taille humaine entre la grille de programme limitée de la télévision et l'offre illimitée d'Internet où l'utilisateur ne sait pas toujours quoi choisir. La VOD remplit en cela une fonction appelée à se développer : elle accompagne le choix, notamment en organisant l'offre et en éditorialisant des films.

Les freins vis-à-vis de la VOD sont principalement liés au manque de maturation du marché. Les réticences évoquées par les utilisateurs pour passer à l'acte et créer une habitude de consommation concernent en premier lieu le prix. En effet, il existe des attentes fortes pour des politiques tarifaires plus attractives telles que des forfaits ou des abonnements. Les autres limites sont le manque de visibilité et d'information sur les services de VOD, de nombreux consommateurs en ont entendu parlé mais sans en connaître exactement le fonctionnement. Enfin, le dernier frein pourrait être la perception de catalogues jugés trop pauvres et certaines limitations techniques (installation de lecteurs pour la VOD sur le Web, risques de mauvaise réception par ADSL via la box TV).

## **III. Pratiques de consommation actuelles de la VOD**

### **Des routines se sont installées vis-à-vis des services les plus connus**

Il existe aujourd'hui une quarantaine de plateformes de VOD en France mais seulement un petit groupe de marques émergent. CanalPlay semble s'affirmer comme le leader avec une forte notoriété auprès des consommateurs de VOD, aussi bien sur Internet que sur les « box TV ». Free Home Video est un challenger de poids chez les abonnés Freebox. Les autres portails VOD les plus utilisés sont ceux des chaînes de télévision historiques (TF1 Vision, M6 vidéo, ARTE video). Les autres marques ont une notoriété beaucoup plus faible.

Les consommateurs sont plutôt fidèles aux sites et services de VOD qu'ils utilisent. Ils ont l'habitude de leur fonctionnement et ont acquis des routines de navigation qui vont dans le sens du confort et de la facilité attendus d'un service de VOD.

### **Le cinéma : un contenu naturel de la VOD**

Aujourd'hui, la VOD est principalement utilisée pour les films, dans une moindre mesure pour les séries et plus rarement pour les émissions télévisées et les concerts. Concernant les films, c'est surtout pour les nouveautés et dans une moindre mesure pour les films anciens et rares que les spectateurs se tournent vers la VOD. En termes de temporalité, ils ont tendance à associer la sortie DVD à la disponibilité en VOD. La publicité pour les sorties DVD dans les médias profite donc également à la VOD.

*« Quand je vois que c'est sorti en DVD, je me dis que ça doit être disponible en VOD. »*

## **Une attente d'accompagnement dans le choix**

Pour le choix des plateformes, les utilisateurs sont sensibles à la présentation de l'interface, dont ils attendent un repérage facile des titres et une aide au choix. Les fonctions de recherche par genre ou par nom sont jugées incontournables pour accéder à cette offre « on demand », mais ne suffisent pas.

Il existe une réelle attente d'accompagnement dans le choix au sein d'un portail de VOD, avec des éléments qui vont au-delà de la vitrine et pouvant plus facilement être satisfaits sur Internet que sur les « box TV »: critiques, avis de spectateurs, proposition de contenus en affinité conjointe, possibilité de visionner gratuitement les premières minutes du film pour se faire une idée, etc.

Pour l'instant, les spectateurs entrent dans l'offre principalement par les affiches de cinéma et par la mise en avant des « nouveautés », ou encore l'audience « les plus demandés ». Comme pour le choix d'un film sur un autre support, ils se décident ensuite en fonction du résumé puis de la bande-annonce et des extraits.

## **La VOD : une nouvelle ère de la location vidéo**

Les services de VOD proposent soit la location du contenu (pour 24 h ou 48 h), soit son achat, avec téléchargement définitif du fichier. Aujourd'hui, c'est l'utilisation en location qui domine largement. Le désir d'acquisition se matérialise plutôt avec l'achat du DVD, qui conserve face à la VOD sa valeur ajoutée d'objet de collection, de support matériel à garder dans sa bibliothèque.

## **IV. VOD via la télévision et VOD sur le Web**

### **La VOD sur la télévision privilégiée par rapport à la VOD sur Internet**

L'essentiel du trafic VOD est aujourd'hui généré par les services sur la télévision, bien que le catalogue des films y soit plus restreint. La VOD sur Internet est beaucoup moins pratiquée et semble réservée à un public plus averti, plus technophile, pour des contenus plus pointus.

Le visionnage de programmes en VOD est plus ergonomique et immédiat sur la télévision. Le spectateur est déjà en posture d'écoute et le lancement du film via la « box TV » ne requiert aucune installation préalable.

*« C'est plus pratique sur la box. »*

Le téléviseur reste le support historique de visionnage le plus naturel d'une vidéo. Seule une minorité d'interviewés, qui passent beaucoup de temps sur leur ordinateur, y compris pour le visionnage de vidéos (films piratés, etc.), considèrent l'ordinateur comme support le plus naturel de la vidéo.

L'utilisation de la VOD sur Internet suppose un préalable technique important, réservé à une population plus technophile. L'utilisateur doit ouvrir un compte (gratuit) sur le site de VOD, télécharger un lecteur spécifique (interface de lecture et de téléchargement dont il n'existe actuellement pas de standard). Une fois le lecteur installé, il devient l'interface de sélection, d'achat et de visionnage des films. Enfin, si certains sites proposent le visionnage en streaming, d'autres nécessitent le téléchargement préalable de tout ou partie du programme avec des temps de téléchargement très variables.

*« Ils ont des logiciels spéciaux. À l'époque où je regardais sur la télévision mais diffusé sur ordinateur je ne pouvais pas à cause de leur logiciel. »*  
*« Les lecteurs ne sont pas toujours compatibles. »*

Ensuite, les conditions de visionnage sont meilleures sur le téléviseur que sur l'ordinateur dans un contexte où le raccordement de l'ordinateur à la télévision reste minoritaire. Le confort du spectateur est plus grand devant la télévision (l'écran est plus large, éventuellement Home Cinéma, meilleur son), le visionnage est plus convivial le programme peut être regardé à plusieurs et en famille.

Le confort de visionnage sur un écran d'ordinateur reste moins bon car l'écran est plus petit, le son est de moindre qualité que sur les enceintes du salon.

*« Jamais fait. Je savais que ça existait mais je ne voyais plus la convivialité, c'est plus confortable sur la box. »*

*« L'image est correcte mais la qualité est quand même supérieure sur la box, il y a moins de reflet et le son est meilleur. »*

Certaines plateformes de VOD commencent à offrir des kit PC-TV pour permettre à leurs clients de profiter au mieux du programme commandé.

La réception en qualité numérique de la VOD sur la télévision est équivalente à celle d'un DVD (voire parfois en qualité HD supérieure), ce qui est particulièrement appréciable pour les films nécessitant une bonne qualité technique (animation, fantastique, , etc.).

*« J'en garde un bon souvenir, l'image est de bonne qualité mais bon il faut payer... »*

Sur la télévision, le paiement est dématérialisé et indolore lors de la commande (report automatique sur la facture mensuelle du FAI) : il suffit de presser « OK » pour valider sa commande et payer.

*« Je voulais surtout insister sur le prix qui est un piège. Au vidéo-club on a un forfait. Sur TF1 vision j'ai un compte, je sors la carte bleue et je me rends compte que je paie. Là je ne le vois pas. »*

Au contraire sur Internet, le paiement se fait par carte bancaire. La VOD sur le Web se matérialise par un véritable acte d'achat au moment de la commande du programme. Pour une minorité de personnes interviewées, l'appréhension concernant la sécurisation des transactions par carte bancaire sur Internet constitue encore un frein à l'utilisation de la VOD sur Internet.

*« Il faut ouvrir un compte personnel et ensuite il y a paiement sécurisé à chaque fois. »*

*« Que des gratuits parce que sur le Web il faut donner son numéro de carte bleue. Ça dépend des sites. »*

Enfin, sur Internet la concurrence de la piraterie est beaucoup plus forte, et peut décourager l'usage de la VOD payante. L'internaute utilise la même machine, à savoir l'ordinateur, pour commander un film en VOD payante, et pour le télécharger gratuitement. Cette similitude d'utilisation a tendance à renforcer le double frein, d'une part, du prix et d'autre part, de l'effort d'installation du lecteur puis de téléchargement. De nombreux spectateurs font un arbitrage en faveur du téléchargement illégal ou du visionnage en streaming, et plus particulièrement les utilisateurs de Mac, sur lesquels les lecteurs ne sont en général pas compatibles.

*« Il y a quand même des manipulations à faire avant de regarder un film. »*

*« Il faut télécharger d'emblée leur lecteur, même pour les anciens films. »*

## Les atouts de la VOD sur Internet

Malgré la supériorité aujourd'hui perçue de la VOD sur la télévision en termes de facilité et d'ergonomie de visionnage, l'offre de VOD sur Internet présente certains avantages aux yeux des internautes. D'abord, les catalogues VOD des sites Web sont beaucoup plus attractifs et étoffés que ceux disponibles sur les « box TV ». L'offre de VOD sur la télévision est jugée limitée, peu diversifiée et moyennement qualitative (beaucoup de films anciens et/ou peu connus). Les programmes diffusés en VOD à la télévision sont généralement issus d'accords avec des sites de VOD ou de location en ligne (TF1 Vidéo, Vodeo, Glowria, etc.), qui mettent à disposition une partie restreinte de leur catalogue pour la VOD sur TV.

*« Globalement les films proposés sont vieux alors qu'on peut voir des séries qui sont pas encore sorties. »*

Au contraire, l'offre de films en VOD sur Internet est très riche voire représente un hyper choix dans lequel il est facile de se perdre. Le nombre de titres disponibles sur les plateformes VOD Internet varie entre 500 et 3 000 titres. C'est également une offre plus pointue, proposant à côté des « blockbusters » un large choix de films d'auteur, documentaires, etc.

*« Plus conséquent sur le Web parce que ça a commencé sur le Web. »*

*« Il y a tellement de titres que si on commence à surfer, il y a une offre très conséquente ça devient fastidieux. »*

*« Site de l'INA pour regarder des vieux films, beaucoup de documentaires, des choses que j'avais repéré en bibliothèque. C'est essentiellement en payant, je regarde en direct, location temporaire. Les contenus gratuits sur TF1vision mais c'est plutôt en divertissement. »*

*« Choses particulières impossibles à trouver ailleurs type vieux films d'auteur. »*

Grâce à une interface élaborée (fonctions de recherche, tris multiples par genre, auteur, nom de film, etc.) et beaucoup plus riche en termes d'évocation de l'univers cinématographique, la recherche et la prise d'information sur les sites de VOD sont beaucoup plus agréables que sur la télévision.

*« C'est vrai que d'usage ça a l'air plus simple qu'avec la télécommande où il faut tout remonter dans le menu. »*

*« Ce qui m'a paru le plus convivial, plus clair c'est TF1 Vision. Ça m'a plus inspiré, je me sentais plus en sécurité. »*

*« Internet on peut faire une recherche. »*

Sur le téléviseur, l'interface est nettement moins agréable. La sélection à l'écran se fait par les flèches et la touche OK de la télécommande. La navigation dans les pages peut être laborieuse (obligation de faire défiler le catalogue page par page, impossibilité de constituer un panier, dysfonctionnements divers, etc.). Parfois, les spectateurs vont sur les sites Internet de VOD pour effectuer de façon agréable leur pré-choix avant de commander le film via leur « box TV » pour un visionnage sur la télévision.

Les utilisateurs attendent des optimisations importantes du système de commande sur le téléviseur (navigation plus intuitive, fonction recherche, création d'un panier,...).

## Comparaison de la VOD sur TV ou sur Internet

VOD via la TV	VOD sur Internet
Conditions de visionnage naturelles et optimales sur le téléviseur	Confort de visionnage réduit
Contenu directement disponible	Installation préalable (lecteurs) et téléchargement
Convivialité (possibilité de regarder à plusieurs)	Visionnage plutôt individuel
Paiement facile et indolore	Conscience accrue du paiement (carte bancaire) et concurrence directe des contenus piratés
Qualité DVD Mais risques d'interférences et de blocages avec la TV par ADSL	Qualité d'image liée au débit de la connexion
Interface peu pratique, peu ergonomique	Interface très intuitive, univers visuel assez riche
Catalogue limité	Catalogue vaste, et riche en nouveautés
Consommation de blockbusters essentiellement	Consommation d'un éventail de films plus large

## Aspects de la VOD

	TV	Web
Intuitivité	+++	+
Confort de visionnage	+++	+
Convivialité de visionnage	+++	+
Technicité	0	+++
Compatibilité universelle	+++	+
Qualité de réception	+	+
Facilité de paiement	+++	+
Concurrence du piratage	+	+++
Ergonomie générale	+	+++
Fluidité de navigation	+	+++
Praticité de la navigation (sélection, panier, recherche)	+	+++
Catalogue riche	+	+++
Catalogue de qualité	+	+++
Sensibilité au prix	++	+++

## V. Attentes et tendances vis-à-vis de la VOD payante

### Une forte sensibilité au prix, dans un contexte du « tout gratuit »

Les prix pratiqués pour les films en VOD sont relativement harmonisés, sur Internet comme sur les « box TV ».

#### Pratiques tarifaires

	Nouveautés HD	Nouveautés blockbusters	Films ayant entre 1 et 3 ans	Films catalogue plus anciens
En location 24h ou 48h	5,99 à 6,99 €	3,99 à 4,99 €	1,99 à 3,99 €	A partir de 0,49 €
En téléchargement définitif	De 10 à 19,99 €	7,99 à 9,99 €	2,99 à 5,99 €	1,99 à 2,99 €

Source : QualiQuanti, recherche documentaire, septembre 2007.

Dans un secteur où domine la culture du tout gratuit et où, dans une certaine mesure, toutes les vidéos sont devenues des « vidéos à la demande », la question du prix reste une barrière importante à l'usage de la VOD.

Compte tenu de l'émergence du marché, les consommateurs n'ont pas encore de références de prix associées à la VOD, et derrière l'immédiateté et l'extrême facilité de l'utilisation, ils ne se représentent pas toujours les contraintes liées à la distribution des contenus par ce médium. Dans les offres VOD actuelles, l'attractivité reste donc fortement liée aux prix bas, notamment pour les « pirates » qui raisonnent en se référant au gratuit. L'entrée dans l'offre se fait souvent par les promotions (à partir de 0,49 euros). Il existe néanmoins une tranche du public qui envisage la VOD avec les mêmes références de prix que dans les vidéo-clubs, et donc avec des systèmes tarifaires attractifs (packagés, dégressifs, fidélisants,...). Par conséquent, le prix de la VOD sur la télévision comme sur Internet mérite d'être justifié et expliqué. Le confort, la qualité et la simplicité d'utilisation de la VOD rendent légitimes de payer un certain prix, à condition que la VOD parvienne à rentrer dans un usage récurrent chez les spectateurs.

*« Pour ma part, je télécharge de moins en moins mais quand je le fais, j'ai tendance à payer pour avoir de la qualité, je veux pas perdre de temps devant mon écran. »*

*« Je pense que ça ne me dérangera pas de payer dans le futur. »*

*« Le soir quand on a pas envie de se prendre la tête avec l'ordinateur et que l'on veut voir un film, on clique. »*

Pour les consommateurs, le prix doit être « indolore ». Compte tenu des habitudes des consommateurs, l'inscription de la VOD dans un processus régulier passe par des offres forfaitaires pour un usage illimité ou donnant accès à un grand nombre de films. Aujourd'hui, c'est le paiement des programmes à l'unité qui domine très largement, mais la SVOD (Subscription Video On Demand) se développe. Ainsi, par exemple Club Internet propose des « pass club video » thématiques par chaînes (ex. le pass National Geographic donne un accès illimité à 15 documentaires de la chaîne, actualisé tous les mois, pour 4,99 euros/mois). Free Home Video propose un abonnement de 5,99 euros pour visionner toutes les vidéos du catalogue, régulièrement renouvelé, (films, séries, concerts,...), de façon illimitée.

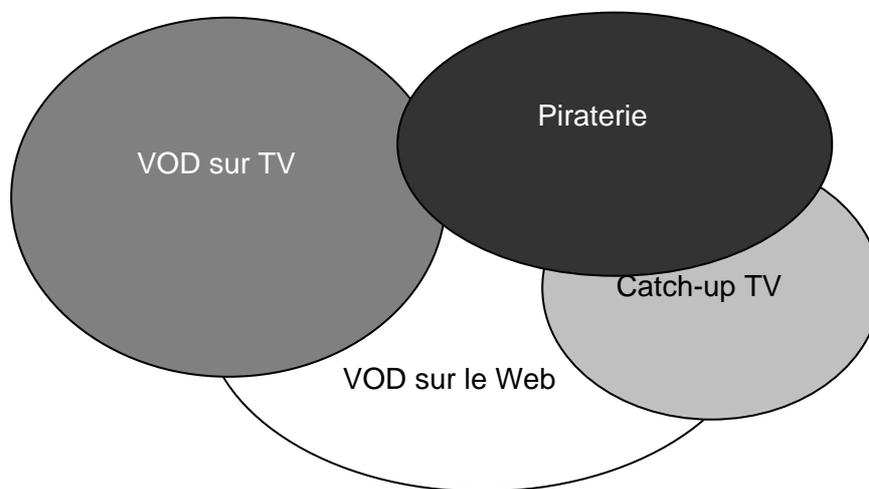
L'abonnement à un service de VOD correspond à une attente actuelle des consommateurs. Il permet de contrôler son budget tout en disposant d'un volume important d'heures de programmes, synonyme à la fois de liberté et de choix individuel, en phase avec les tendances de comportement, et surtout, il crée une habitude de consommation pour ce mode d'accès légal à la vidéo.

## Attentes et tendances vis-à-vis de l'évolution de la VOD

À ce jour plusieurs conditions restent encore à remplir pour que la VOD monte en puissance dans les habitudes de consommation des spectateurs. L'offre VOD pourrait être mieux mise en valeur. L'ergonomie sur la VOD sur la télévision reste peu intuitive et n'assure pas totalement les fonctions de repérage et de sélection qui deviennent essentielles dans un contexte d'hyperchoix. De même, des logiques d'organisation performantes sont à développer pour structurer l'offre sur Internet.

La VOD désigne encore pour la plupart des consommateurs un système d'acquisition de vidéos payantes sur la télévision. L'offre VOD sur Internet reste méconnue à la fois occultée par la piraterie et confondue avec la « catch-up TV ». Une grande partie des utilisateurs de VOD sur le Web l'ont découverte en surfant au hasard sur Internet.

La VOD sur Internet n'a pas encore trouvé sa place dans le « paysage mental » des offres vidéos disponibles. En effet, le public interviewé a le réflexe de s'orienter en priorité vers l'offre gratuite.



Les spectateurs attendent un catalogue plus attractif, notamment sur la télévision. Ils souhaitent une tarification forfaitaire, qui favorise la création d'une « routine » d'usage et empêche l'arbitraire récurrent entre offre gratuite et offre payante.

« Prix plus bas. »

« Forfaits comme au vidéo club, que ce soit intéressant pour nous. »

« Dégressif selon le nombre de films qu'on achète. »

Les consommateurs attendent une communication plus importante sur ces services, en soulignant notamment les atouts par rapport à la piraterie de films et séries sur le Web : qualité de l'image (niveau DVD, voire HD), simplicité et rapidité d'accès au programme, légalité.

Une amélioration de la réception via l'ADSL est également attendue des spectateurs, qui hésitent encore à acheter un programme dont la qualité risque d'être imparfaite (coupures, blocages).

« Jamais pratiqué. Toujours ce souci de qualité d'image et de son qui était rédhibitoire. »

## VI. La télévision à la demande gratuite ou « catch-up TV »

La « catch-up TV » est un service qui permet de voir ou revoir gratuitement certains programmes des grandes chaînes hertziennes (émissions TV, séries, infos, etc.) juste après leur diffusion sur les ondes, et ce, pendant une semaine environ. Les spectateurs peuvent y accéder par deux moyens :

- soit via les plateformes de VOD en ligne des grandes chaînes,
- soit via les plateformes de VOD sur TV de certains FAI (Neuf Télécom, Free et Club Internet).

Les chaînes comme Arte ou France 5 communiquent beaucoup à l'antenne sur leur service de rediffusion en ligne, en particulier pour leurs émissions et les documentaires. Le fait d'aller voir en ligne un programme qui vient d'être diffusé à la télévision devient une pratique naturelle pour certains spectateurs. TF1 met l'accent sur des séries phares, comme *Heroes*. La « catch-up TV » est alors pour la chaîne un outil promotionnel, qui permet de sensibiliser un maximum de spectateurs à l'écoute de cette série. La souplesse du système est largement valorisée par l'ensemble des interviewés. Elle répond à une attente réelle d'un service de rattrapage et de contrôle de la vidéo, toujours dans une optique de liberté par rapport à l'agenda télévisuel.

*« Ca me permettrait de récupérer une émission dont je n'aurai pas eu connaissance ou que je n'aurai pas pu enregistrer »*

*« Ca permet de regarder une émission qu'on a raté ou pas le temps de regarder à l'heure où elle passe. »*

En revanche, les utilisateurs de « catch-up TV » regrettent à la fois la visibilité donnée à la publicité, identique à la diffusion télévisuelle, avec impossibilité d'accélérer au moment des coupures publicitaires. Certains utilisateurs très technophiles parviennent néanmoins à contourner cette contrainte en faisant lire le programme par un lecteur permettant l'avance rapide.

La « catch-up TV » est un service encore peu connu sous cette dénomination. Les utilisateurs parlent plus spontanément de « service de rediffusion » ou de « VOD gratuite des chaînes ».

*« Quand TF1 diffuse un épisode, c'est écrit « retrouver les épisodes sur TF1.fr. »*

*« Sur radio BFM, on peut retrouver tous les débats de la semaine. »*

La VOD sur Internet est parfois confondue avec la « catch-up TV » qui, elle, est essentiellement gratuite.

*« L'avantage de la VOD sur Internet, c'est qu'on a des programmes de la semaine gratuits, notamment les programmes. »*

*« TF1 Vision diffuse une série gratuite en VOD, Mystère, qui est chaque fois mise en ligne deux jours après. »*

*« TF1 Vision et que les programmes gratuits. Je regardais ça directement sur ma télévision en branchant mon portable. Quand je rate un programme je vais les regarder gratuitement. »*

Cette confusion entre la VOD sur Internet et la « catch-up TV » est tout à fait significative. Elle souligne le caractère potentiellement générique de l'appellation « On Demand » qui s'applique à des offres aussi bien gratuites que payantes. D'où la nécessité de mieux faire connaître ces services, leurs avantages et spécificités.

# Les sites de partage de vidéos

## I. Motivations à l'usage des sites communautaires de vidéos

Le visionnage en streaming de vidéos courtes sur des sites de partage est une pratique qui s'est développée avec une vitesse inouïe chez le grand public depuis un an environ. Le streaming est une lecture en continu d'un contenu audiovisuel, sans acquisition du fichier, qui permet la lecture d'un flux vidéo à mesure qu'il est diffusé (ou en léger différé).

YouTube et Dailymotion dominent très largement en termes d'audience (loin devant Google Video ou Myspace). En dehors de ces deux références, les internautes n'ont pas vraiment d'habitudes de fréquentation d'autres sites du même type (visites plus rares, souvent fortuites ou pour des thèmes spécialisés). Ces sites modifient en profondeur à la fois les usages et les perceptions contemporaines de la vidéo. Plusieurs faits saillants peuvent être identifiés.

### **Gratuité, facilité d'accès et diversité des contenus**

Les spectateurs expliquent leur intérêt pour ces sites en premier lieu par la gratuité et la facilité de l'accès aux contenus. L'instantanéité du streaming fait que le visionnage d'images sur ces sites paraît aux utilisateurs particulièrement facile. Il suffit de cliquer sur « play » et la vidéo est lancée sans aucun temps d'attente.

*« On a pas besoin de télécharger, ça prend moins de temps. »  
« Je regarde séries et clips parce que c'est instantané. »*

La très grande diversité des contenus est également une marque de fabrique de ces sites, avec la possibilité de trouver aussi bien des sketches d'humoristes, des zappings de télévisions étrangères, des résumés sportifs, des extraits de concert, des épisodes de séries, des contenus amateurs,...

Les spectateurs regardent en priorité des contenus ludiques (gags, sketches, divertissements), des clips musicaux (YouTube est parfois utilisé comme un juke box en ligne), des séries américaines et des extraits d'émissions de télévision. À noter que ces sites sont peu utilisés pour le visionnage de long-métrages compte tenu de la durée de 10 à 20 minutes des vidéos acceptées sur ces sites, qui oblige à morceler le film, sauf sur Google Video où certains films d'animation y sont diffusés en intégralité.

### **Une forte réactivité et l'accès aux médias étrangers**

Ces sites sont alimentés en permanence avec un ancrage très fort sur l'actualité, notamment alternative. Pour les spectateurs, c'est une source d'information complémentaire aux médias classiques, riche en vidéos qui livre une information « off », croustillante et inédite.

*« Tous les contenus non diffusables ailleurs. »  
« Un fait que les médias ne veulent pas montrer. »  
« Source différente d'informations. »  
« C'est pas une source d'information à part entière. »*

Le visionnage sur YouTube ou Dailymotion permet aussi une séance de rattrapage pour ceux qui ont raté les extraits passés à la télévision dont tout le monde parle. La réactivité très appréciée de ces sites vaut aussi et surtout pour l'accès à des épisodes de séries quelques heures seulement après leur diffusion aux Etats-Unis.

### **Un bouche à oreille important**

La fréquentation de YouTube et Dailymotion a la particularité d'être soutenue par un bouche à oreille important au sein des cercles amicaux ou professionnels. Cet usage social du média passe surtout par l'envoi par mail des URL des vidéos vues sur ces sites. La transmission de liens évite de saturer les boîtes mails par des fichiers lourds.

« Pas besoin de s'acheter une clef USB, on met le contenu directement sur ces sites. »

« L'envoi d'URL évite de surcharger les boîtes mails. »

« Je regarde les Guignols ou des moments d'actualité. »

« Dailymotion c'est plus pour les petites vidéos, les choses dont tout le monde parle, type Jackass ou les Têtes à claques. »

### **Les limites techniques du streaming**

Un des points faibles du streaming est une qualité d'image moyenne. Parfois excellente et en plein écran (comme un DVD), elle est souvent médiocre et les fenêtres de visionnage sont parfois de taille très réduite sans possibilité d'agrandir. L'autre inconvénient est la courte durée des vidéos disponibles en streaming. Elles sont souvent issues des sites de partage comme Dailymotion avec des standards de 20 minutes, de sorte qu'un épisode de série doit la plupart du temps être vu en deux ou trois parties. Les différents atouts de ces sites de partage de vidéo (gratuité, facilité, actualité, quantité, diversité,...) compensent largement du point de vue des utilisateurs les inconvénients liés aux limites techniques.

L'autre point faible perçu de YouTube et DailyMotion est, paradoxalement, la présence de nombreux contenus médiocres au sein des contenus générés par les utilisateurs. Ces contenus sont peu fidélisant, très hétérogènes en termes de genre, inégaux en qualité, avec de nombreux repoussoirs,... Les internautes peuvent y trouver un intérêt ponctuel et anecdotique mais l'absence de continuité ou de rendez-vous font qu'ils restent des « one shots » très personnels, qui n'encouragent pas un visionnage répété.

## **II. Usages et perception des leaders YouTube et Dailymotion**

La fréquentation de YouTube ou DailyMotion s'est rapidement inscrite dans les habitudes des internautes, qui se rendent très régulièrement voire quotidiennement sur ces sites. Le temps de visite sur ces sites est variable : de quelques minutes pour remplir un temps mort à plusieurs heures pour le visionnage de séries ou une découverte de vidéos tous azimuts. En cela, YouTube et DailyMotion se placent souvent en concurrence de l'écoute de la télévision.

« La télévision je vais l'allumer pour trouver un programme précis. Là j'ai cinq minutes je vais sur YouTube pour me divertir. »

Concernant le repérage dans l'offre pléthorique et extrêmement variée, le facteur nombre joue énormément dans les modes d'usage de ces sites. YouTube et DailyMotion ont en effet pour particularité d'afficher les pages les plus regardées, ainsi que les chaînes les plus populaires et les « tags » (motifs de recherche) les plus recherchés.

Les internautes utilisent l'affichage du nombre de visiteurs de chaque vidéo comme une clé de navigation dans le site. Les plus populaires sont les meilleures, les incontournables dont on va envoyer l'URL aux amis, celles qui offrent la meilleure qualité d'image pour un même contenu, etc.

En pratique, YouTube et Dailymotion offrent une facilité d'emploi déconcertante. Il n'est pas nécessaire d'être inscrit pour visionner, dès la page d'accueil, le site propose une large sélection de vidéos en accès immédiat, sur lesquelles il suffit de cliquer pour lancer le visionnage.

Le visionnage des vidéos se fait via un lecteur multimédia comportant une barre de lecture qui permet à l'utilisateur d'interrompre ou de naviguer dans la vidéo (pause, retour en arrière). Situé au bout de la barre de lecture, le bouton « zoom » permet de visualiser la vidéo en plein écran.

En termes de contenus, les internautes ont développé des usages complémentaires de YouTube et de DailyMotion.

<b>Un contenu extrêmement large et varié : on y trouve quasiment tout ce que l'on peut chercher dans un format court</b>	
YouTube	Dailymotion
Site américain en anglais (la version française a vu le jour au deuxième trimestre 2007) semble plus complet car plus fréquenté	Site français nettement plus fourni en contenus francophones ou européens
Un site tourné vers les extraits de télévisions notamment étrangères, les vidéos humoristiques et spectaculaires, la musique, les UGC très nombreux	Un site plutôt dévoué aux séries TV américaines
Durée maximale de 10 minutes	Durée maximale de 20 minutes
La qualité est moyenne : les images sont très pixellisées mais le son est correct	La qualité de Dailymotion n'est pas excellente mais le format petit écran permet d'avoir une image nette
La page d'accueil est assez dense et confuse mais la fonction recherche est bien mise en valeur	L'interface est claire, les vidéos sont classées par catégorie
Les recherches donnent souvent une accumulation de réponses identiques mais orientent vers le contenu recherché	La fonction recherche est moins efficace ; les recherches n'aboutissent pas toujours et demandent des efforts
Les usages de YouTube par les utilisateurs en ont fait une plateforme de VOD gratuite de l'humour, du spectaculaire et de musique, types de contenus les plus largement recherchés et diffusés	DailyMotion est vécu comme une source privilégiée pour accéder aux épisodes de séries américaines, en particulier les plus récentes dès leur diffusion aux Etats-Unis

### III. Le streaming illégal : la piraterie « douce »

À l'origine, les sites comme YouTube et Dailymotion ont été créés pour permettre aux internautes de partager leurs propres vidéos amateurs. Ils sont rapidement devenus des espaces de diffusion – souvent illégale – de contenus de toutes sortes (humour, insolites, sports, clips, séries télé...). Les vidéos personnelles des internautes – ou « UGC » – sont même perçues comme des contenus assez secondaires de ces sites. En réalité ces sites sont visités par une grande masse d'internautes mais alimentés par un nombre restreint de personnes.

La banalisation du mode de visionnage en streaming encourage l'émergence d'une nouvelle forme de piraterie « douce » et lève deux freins classiques au piratage.

D'une part, l'accès gratuit, immédiat et sans manipulation déculpabilise l'internaute qui n'oserait pas télécharger. Le streaming est perçu comme une activité sans aucun risque, compte tenu du mode de consultation.

*« Il y a beaucoup de séries américaines. C'est plus rapide et je me sens moins fautive de les regarder sur Dailymotion. »*

*« Comme le téléchargement n'est pas conseillé, je préfère regarder les séries avec plus de sécurité sur Dailymotion. »*

D'autre part, le streaming va jusqu'à masquer le caractère illégal de l'accès à certains contenus. Il est très majoritairement considéré comme un mode de diffusion légal de la vidéo.

*« Les sites ont « pignon sur Internet » : si c'était illégal ils auraient fait supprimer le site. »*

*« Il n'y a pas « d'acte de téléchargement » ni « d'acte de mise à disposition » de la part de celui qui regarde, pas de stockage... aucune action manifestement frauduleuse. »*

*« Je pense que regarder les épisodes de séries sur Dailymotion est légal. Ce qui est illégal, c'est de mettre en ligne les épisodes ».*

*« Tu ne peux pas être tenu coupable d'avoir visionné une vidéo si aucune annonce te l'interdit. »*

*« Aucun problème surtout que sur Dailymotion on ne peut pas télécharger, on peut juste regarder les vidéos. »*

Cette vision du streaming comme un phénomène légal domine et occulte le reste dans le paysage mental des consommateurs, et refoule la question de la nature piratée ou non du contenu diffusé.

Le streaming constitue peut-être la dernière pierre d'un long processus qui dédouane le pirate et entérine l'impunité du partage illégal. Au cours des années récentes, au moins les pirates avaient-ils conscience de commettre des actes répréhensibles par la loi (avec bonne ou mauvaise conscience, parfois avec un discours structuré, etc.).

Le streaming va jusqu'à faire disparaître la conscience de la piraterie elle-même, notamment auprès des jeunes générations, avec la disparition de la figure du « pirate militant », ou du « pirate idéologique ». Les spectateurs ont tendance à croire que tout ce qu'ils peuvent voir sur Internet sans télécharger se fait légalement avec une impression de libre accès.

Avec le streaming, la piraterie finit par s'inscrire comme une pratique normale, courante, dont l'idée même qu'elle puisse être illicite disparaît parfois presque totalement de l'esprit du spectateur.

# La Piraterie

## I. Durcissement et banalisation de la piraterie

Par rapport à l'étude sur la piraterie audiovisuelle réalisée en 2004 par le CNC, les usages et attitudes des interviewés sont marqués par une banalisation encore plus marquée de cette pratique, et une attitude toujours plus déculpabilisée des pirates qui regardent et téléchargent illégalement des films et des séries via Internet.

Aujourd'hui, le consommateur est face à une accumulation de facteurs qui facilitent et encouragent la piraterie :

- la facilité technique : débits de téléchargement toujours plus élevés, possibilités de transferts de fichiers lourds, logiciels plus accessibles, transmission par disque dur.
- la « gratuité » de l'offre illégale : les consommateurs acceptent d'investir dans l'accès Internet et dans le matériel (disques durs, PC, PVR). Ils sont beaucoup moins enclins à payer pour le contenu. Pour les internautes habitués à pirater, l'offre payante apparaît trop chère. Payer 4,90 euros pour un film ou 2 euros pour une série est difficile à accepter pour ceux qui ont pris l'habitude de consommer des contenus illégalement.
- la visibilité et l'accessibilité de l'offre illégale : facilité à trouver ce que l'on cherche, bonne mise en valeur de l'offre, développement du streaming.
- l'importance de l'offre accessible exclusivement par téléchargement : séries diffusées aux USA et inédites en France, films sortis en salle mais pas en DVD. Les internautes ont souvent une envie irrésistible de consommer ces programmes sans attendre.
- le moindre sentiment d'être en faute : la généralisation de cette pratique et la faible publicité autour des condamnations donnent le sentiment aux pirates que les risques sont très faibles voire nuls.

Il y a encore trois ans, la piraterie d'un contenu audiovisuel sur Internet était un acte relativement fastidieux, souvent lourd techniquement, et encore teinté d'une connotation transgressive. Il est aujourd'hui largement libéré, facile, rapide, accessible à tous et encore moins marqué par l'illégalité.

## II. Maturité et généralisation de la piraterie « classique »

### **Généralisation du téléchargement et contamination de la musique à l'audiovisuel**

Le téléchargement est une pratique qui s'est généralisée chez les internautes et qui concerne de plus en plus l'audiovisuel. Si les téléchargements effectués par le grand public concernaient principalement la musique il y a 3 ou 4 ans, cette pratique a aujourd'hui largement contaminé l'audiovisuel, en particulier les films et les séries américaines.

Les téléchargements illégaux de films et de séries ont significativement augmenté, notamment à cause de l'engouement pour de nombreuses séries américaines depuis quelques années

(parmi lesquelles *Prison Break*, *Lost*, *Desperate Housewives*, *Heroes*, *24 H Chrono*, ...) qui suscitent un mode de consommation boulimique.

*« J'ai commencé avec Napster, avec les mp3, après je suis passé à Bitcomet pour les films et maintenant c'est surtout des séries. »*

*« Je télécharge beaucoup plus qu'au début. C'est le fait de télécharger des séries qui est nouveau, avant c'était que de la musique. C'est boulimique, on télécharge une série et puis après toute la saison. »*

*« Il m'est arrivé d'enchaîner 4-5 épisodes d'une série par jour pendant 5 jours. »*

Dans le cas des séries, l'envie de pirater est encouragée par la télévision, qui fonctionne comme un teaser vers le Web. La découverte d'une série incite à télécharger la saison entière sur Internet.

### **Les techniques de piraterie et l'offre illégale se sont développées et améliorées**

Les techniques de piraterie sont globalement les mêmes depuis le début des années 2000 mais se sont considérablement améliorées. Il est aujourd'hui encore plus facile de trouver les contenus souhaités de façon illégale sur Internet. Les interviewés qui pratiquent le téléchargement utilisent principalement les sites de peer-to-peer. Ils se cantonnent généralement à deux ou trois sites qu'ils ont l'habitude de fréquenter.

Quasiment tous les interviewés disent trouver ce qu'ils recherchent facilement voire très facilement sur ces sites de téléchargement. La seule contrepartie négative du succès des sites de téléchargement les plus connus est la pollution parfois gênante par des virus, « spyware » et « fake » notamment à caractère pornographique.

L'initiative de télécharger est fortement encouragée par la manière dont les sites de téléchargement présentent leur « offre ». Certaines pages d'accueil s'apparentent à des portails de VOD visant l'attractivité par une aide au choix (classement des films par genre, affiches de films, rubrique nouveautés, Top 20, etc.) et une belle mise en valeur (affiches des films, création d'un univers visuel cinématographique, etc.).

### **Des logiciels plus performants et démocratisés**

Les logiciels de téléchargement sont encore plus accessibles au grand public, leur utilisation s'acquiert rapidement. L'initiation se fait intuitivement, soit par le bouche à oreille, soit via des sites dédiés aux loisirs numériques. La plupart des sites de téléchargement accompagnent leurs logiciels de tutoriaux et de forums d'aide très didactiques. Ces « hameçons » permettent aux internautes de constater la facilité du téléchargement dès le premier essai et d'en faire rapidement une habitude.

Les logiciels disponibles sont également plus performants en termes de technique de récupération des données des fichiers vidéo. Alliés à l'augmentation des débits de connexion en téléchargement, le temps de téléchargement d'un film s'est donc considérablement réduit passant de plusieurs jours il y a quatre ans à moins d'une heure aujourd'hui.

*« Ce qui a changé c'est la rapidité avec le débit. »*

*« Je peux avoir les films en 15 minutes maintenant sur un forum. »*

*« Si j'ai envie de voir un film, il fallait que je m'y prenne plusieurs jours à l'avance et maintenant c'est 2 heures. »*

La gestion du budget temps prend le pas sur la gestion de l'espace. Aujourd'hui, ce n'est plus la place sur les disques durs qui pose problème, mais le temps de téléchargement. Compte tenu de la forte augmentation des capacités de stockage à disposition de l'utilisateur

(ordinateur, box TV, disques durs externes,...), les pirates ne sont plus freinés par la taille des fichiers pour télécharger. L'arbitrage se fait plutôt entre le temps de chargement qu'ils sont prêts à concéder et la qualité de fichier voulue pour tel ou tel contenu.

Les fichiers de films ou de séries téléchargés ont globalement augmenté en qualité. Il existe une émulation et une inflation entre les pirates qui mettent à disposition les contenus sur le Web. La version téléchargeable d'un film est vite remplacée par une version proposant toujours une meilleure qualité d'image et de son. La qualité la plus répandue et la plus utilisée sur les sites de « peer-to-peer » pour la grande masse des films téléchargés est le 700 Mo, avec des temps de téléchargement autour d'une heure voire moins. La version qualité DVD rip (égale au DVD), est un optimum très apprécié pour les films qui demandent une bonne qualité technique ou qui sont destinés à être vus sur la télévision du salon. Mais le temps de téléchargement est long (environ 8 à 9 heures pour 5 à 6 Go).

*« Je télécharge en version normale et si je l'aime, je vais le télécharger ensuite en DVD rip. »*  
*« Quand on a le choix ou, dès qu'il y a une meilleure qualité je prends. Ça prendra une heure au lieu de 30 minutes, je ne suis pas à ça près. »*  
*« Oui parce que sinon sur grand écran ça ne rend pas bien. »*  
*« Moi quand je peux privilégier la qualité je le fais sans hésiter. »*

La version qualité HD, excellente mais longue à charger, est assez peu utilisée et réservée seulement à certains films, notamment d'animation ou fantastiques. Certains recherchent des fichiers DVD-R pour pouvoir graver directement le film sur DVD en maintenant une qualité irréprochable mais ces versions sont rares et donc très longues à télécharger. Elles sont réservées aux rares films que les utilisateurs souhaitent conserver sur support.

### **Moins de conservation sur support : le Web comme disque dur**

L'évolution des pratiques des pirates est marquée par une diminution importante de la conservation sur support des contenus téléchargés illégalement sur Internet. Les pirates gravent beaucoup moins de DivX qu'il y a quelques années. L'euphorie face à la possibilité d'acquérir gratuitement et rapidement des DVD via l'ADSL est passée, laissant place à un comportement plus sélectif.

*« En 2000 avec l'ADSL, j'ai fais des DivX avec des sites de liens en direct. Je gravais tout, j'avais l'impression de rentabiliser mon abonnement Internet. Il tournait 24H/24, je gravais tout et puis le temps est passé, j'ai arrêté de graver. »*

Largement dématérialisée, la piraterie par téléchargement est donc vécue comme encore moins risquée. Le fait marquant révélé par ces évolutions est la perception et l'utilisation d'Internet comme un gigantesque disque dur et comme une vidéothèque pléthorique.

*« A la limite c'est plus simple de re-télécharger si on veut le revoir. »*  
*« Je grave de moins en moins : il sera toujours possible les retrouver sur le Web. »*

La conservation des fichiers vidéos sur disque dur est importante. Les pirates interviewés avaient tous au moins une dizaine de films sur leur(s) disque(s) dur(s), une majorité entre 20 et 50, et certains jusqu'à 70 voire plus.

Le stockage diminue proportionnellement au nombre de téléchargements effectués, les fichiers étant souvent jetés une fois visionnés, après s'être assuré qu'ils n'intéressent pas l'entourage.

*« J'ai commencé il y a longtemps. Avant je téléchargeais des films et je les gravais. Maintenant je les regarde et je les jette. »*  
*« Moi les rares que je veux garder je grave et sinon j'efface. »*

*« Je regarde une fois, deux fois, je demande si ça intéresse quelqu'un et si non, je supprime. »*  
*« Je les re-regarde rarement, sauf si quelqu'un les veut. »*

Les contenus qui sont volontiers conservés sont principalement les dessins animés pour enfants et les épisodes de séries pour les fans qui veulent avoir l'intégrale. Les utilisateurs justifient cela par le prix des saisons complètes en DVD jugé prohibitif. Ces fichiers, très volumineux, sont alors conservés en priorité sur des disques durs externes à l'ordinateur comme celui de la « box TV » ou un disque dur externe. Les quelques films qui méritent d'être possédés ont eux, plutôt tendance à être achetés en DVD.

Il y a chez certains pirates un comportement téléchargement systématique et désordonné face au téléchargement qui devient presque un réflexe lorsqu'ils sont face à une offre. Le nombre de téléchargements effectués est souvent bien au-delà de la consommation réelle de films.

*« J'ai trop de films à regarder, je ne sais pas quand j'aurais le temps. »*

*« Je télécharge tellement que parfois je télécharge un film et je me rends compte que je l'ai déjà vu il y a un mois. »*

## Récapitulatif sur les techniques de piraterie (du plus répandu au plus spécialiste)

<b>Le P2P</b> avec Kazaa, et la nouvelle génération Bittorrent et ML Donkey	En hausse : technique la plus simple, la plus utilisée, de plus en plus rapide	« Il y a de tout » « C'est rapide » « Il y a beaucoup de monde »
<b>Le visionnage en streaming</b>	En forte augmentation	« Aussi facile que la télévision »
<b>Le téléchargement via les réseaux privés des entreprises</b>	Stable	« Mon frère fait ça sur le réseau privé de son entreprise. J'ai eu la saison 2 de <u>Lost</u> téléchargée en 10 minutes, c'est un débit énorme »
<b>L'échange de DivX</b>	Stable mais utilisé davantage pour les intégrales de séries	« Surtout quand les contenus sont lourds comme l'intégrale d'une série, ça va plus vite »
<b>L'échange via les disques durs externes</b>	En hausse (très grosses capacités de stockage pour des appareils de plus en plus compacts)	« Je prête mon disque dur à des amis. Ils le copient en se branchant au port USB ; ça prend 2 minutes par film »
<b>Le téléchargement de liens direct sur les forums ou newsgroups</b>	Aspect communautaire fort ; plutôt pour les initiés	« Difficile à trouver » « Ça va plus vite, c'est sûr »
<b>La copie de disques empruntés aux médiathèques</b>	En baisse	
<b>Via les FTP (pages Web privées accessibles par mot de passe)</b>	Pour les plus technophiles ; Grande vitesse (quelques minutes pour 800 Mo)	« J'avais la flemme de télécharger, quelqu'un m'a donné son FTP et j'ai téléchargé. » « Par le FTP d'un copain »
<b>L'échange des fichiers de films via des sites d'envoi supportant jusqu'à 1Go de pièce jointe (ex. yousendit)</b>	Usage de plus en plus répandu. Ces sites deviennent des plateformes d'échange de contenus piratés.	
<b>L'achat sur les sites de vente de films piratés</b>	Très rare chez les internautes interviewés	
<b>Intrusion sur d'autres ordinateurs</b>	En baisse (cf. réseaux wi-fi plus sécurisés)	

### III. Le streaming contre le téléchargement

La pratique du visionnage de contenus illégaux (films, séries, concerts) en streaming a considérablement augmenté et s'est généralisée à un public très large, y compris peu technophile compte tenu de l'absence de manipulation requise avant de pouvoir regarder les contenus. Aujourd'hui, les internautes parlent du streaming comme d'un moyen d'accès aux contenus audiovisuels « aussi facile que de regarder la télévision ».

Pour les spectateurs, les avantages perçus du streaming sur le téléchargement sont tout d'abord l'immédiateté de l'accès au contenu, qui permet de satisfaire instantanément l'envie de l'internaute. Par ailleurs, le streaming permet de ne pas ralentir son ordinateur au contraire du téléchargement qui le bloque pendant un certain temps.

*« J'irai pas jusqu'à pirater parce que ralentir mon ordinateur juste pour télécharger, ça me gêne. »*

*« Je préfère en streaming ; c'est plus pratique qu'en téléchargement il faut attendre. La qualité n'est pas excellente mais c'est déjà ça de gagné. »*

Une partie du public délaisse le téléchargement en P2P, jugé trop long, au profit du visionnage en streaming plus instantané. Le streaming est privilégié pour les séries compte tenu du nombre important d'épisodes, et de l'exigence moins forte concernant la qualité d'image.

#### Les arbitrages streaming / téléchargement selon les types de contenus

Préférence pour un visionnage....	Plutôt en streaming	Plutôt en téléchargement
Pour les émissions de TV	+++	+
Pour les concerts	++	++
Pour les séries	+++	++
Pour les films	+	+++

De nombreux sites se sont spécialisés dans le streaming en répertoriant à la manière d'annuaires les différents contenus disponibles sous forme de liens organisés. Ils indiquent sous formes de liens les différentes parties d'un épisode d'une série pouvant provenir de sites différents. Ces annuaires économisent à l'internaute un effort de recherche et l'aide à se repérer entre les différents morceaux souvent dispersés.

Perception des deux types d'accès			
Téléchargement		Streaming	
+	-	+	-
	Temps de téléchargement qui peut être long	Accès immédiat au contenu	
	Pratique non sécurisée (contraintes légales, virus, contenus illicites)	Pratique perçue comme très sûre voire légale	
Image est de bonne voire très bonne qualité			Qualité de l'image aléatoire (d'excellente à très mauvaise ; majoritairement moyenne)
Offre téléchargeable pléthorique			Offre en streaming moins nombreuse pour les films notamment
Possibilité de conserver le film ou la série	Encombrement du disque dur	Pas d'encombrement ni ralentissement de l'ordinateur	Pas d'acquisition du fichier

## IV. Le développement de la piraterie nomade

L'évolution de l'équipement des consommateurs est marquée par un développement des supports de stockage et des écrans de visionnage portables. L'engouement pour les disques durs nomades de grandes capacités de stockage traduit une piraterie pour un visionnage hors du domicile et un échange des contenus piratés au sein des cercles familiaux et sociaux. Le développement de l'ordinateur portable favorise le visionnage hors du foyer de programmes téléchargés. L'ensemble des écrans de visionnage nomades sont utilisables pour visionner des contenus téléchargés : téléphone mobile avec carte mémoire, Archos, i-pod movie, etc.

Inéluctablement, le développement de ces disques durs et écrans nomades encouragent la piraterie. Avec l'augmentation des capacités, la piraterie change d'échelle. Les utilisateurs ne s'échangent plus simplement un film ou une série mais se transmettent désormais une saison complète voire une bibliothèque virtuelle de plusieurs dizaines de films avec une très grande facilité.

## V. La pression de l'illégalité et les moyens de lutte

### Faiblesse du sentiment de culpabilité

Le sentiment de culpabilité chez les internautes qui téléchargent est très faible. Ils sont souvent peu conscients des risques encourus par l'économie de l'audiovisuel et ont le sentiment que les solutions ne dépendent pas d'eux. Ils attendent que la profession organise de nouveaux modèles économiques.

La faiblesse du sentiment de culpabilité vient d'abord du développement de la pratique. Lorsqu'un logiciel de P2P indique que tel contenu a été partagé avec plus d'un million d'internautes, les individus considèrent que leur pratique est une goutte d'eau dans un océan. Ils en ont la confirmation lorsqu'ils comparent leurs pratiques avec celles leur entourage. En effet, la pratique de la piraterie reste valorisée socialement. Elle permet de voir des contenus en avant-première, démontre une capacité de débrouille et n'est pas critiquée pour ses effets économiques.

Les commentaires négatifs des consommateurs vis-à-vis des comportements de piraterie concernent plus la musique et les artistes que l'industrie audiovisuelle majoritairement d'origine anglo-saxonne.

Le fait de consommer les contenus de façon dématérialisée en visionnant des fichiers sur un disque dur plutôt qu'en gravant des DivX accentue le sentiment de ne pas se compromettre.

Les utilisateurs décodent le discours ambiant autour du gratuit et de la liberté en particulier de la part des FAI et constructeurs dont les discours sont interprétés comme des encouragements. Lorsqu'ils voient que les FAI mettent à disposition des disques durs à très forte capacité (Box HD) directement reliés à la télévision, ils y voient une incitation à visionner des contenus téléchargés.

Ceux qui éprouvent ou peuvent se laisser gagner par un sentiment de culpabilité existent, mais restent minoritaires :

*« J'ai tendance à culpabiliser. C'est aussi l'image que les autorités veulent donner. C'est un peu du vol. Les gens ne sont pas rémunérés de leur travail, c'est un peu dommage. »*

### **Méconnaissance des risques économiques**

Cette banalisation de la piraterie s'accompagne d'une méconnaissance des circuits de financement de la vidéo. La grande opacité du système de financement actuel aux yeux des internautes favorise aussi la piraterie. Pour les uns, les producteurs sont déjà « riches ». »

*« C'est un faux problème parce que les maisons de disques n'ont jamais aussi bien marché qu'aujourd'hui. »*

*« Je n'ai pas d'état d'âme pour télécharger des séries, ce sont des américains. »*

*« Entre télécharger un film d'auteur et un blockbuster, j'aurais moins de scrupules pour les gros films. »*

La vidéo est supposée être financée par une série de sources dont les consommateurs évaluent mal les contributions respectives : publicité, redevance, taxes sur le matériel de copie, etc.

De fait, la consommation de la vidéo est depuis longtemps déconnectée de tout acte de paiement direct par le consommateur. La piraterie ne fait que prolonger cette habitude du consommateur à ne pas payer pour ce qu'il voit.

Les entretiens réalisés avec les utilisateurs soulignent la nécessité de mieux communiquer sur les modes de financement et l'organisation de l'industrie de la production vidéo, afin que chacun puisse accroître son niveau d'information dans ce domaine.

## Freins à la piraterie

Aucun phénomène de tassement de la piraterie n'est constaté. L'arrivée de sites de visionnage en streaming comme YouTube et Dailymotion a plutôt contribué à relancer le phénomène en facilitant l'accès et en stimulant la dimension sociale autour de cette pratique. Le développement du stockage numérique et le rapprochement TV/PC/Box ont également dopé les usages.

Parmi les freins sérieux à la piraterie, l'étude a mis en lumière que le temps passé à télécharger, même si il diminue, est toujours trop long tant qu'il n'est pas instantané. Les problèmes de « fake » induisent des déceptions et une perte de temps pour les pirates. Le développement à venir de la fibre optique risque de réduire un des derniers obstacles techniques.

Les pirates redoutent également les problèmes de virus, de ralentissements de l'ordinateur ou de bugs liés au téléchargement illégal.

*« J'ai plutôt ralenti. La plupart du temps ce sont des amis qui me transmettent des contenus gravés sur disque. Grâce à la freebox, j'ai à la fois plus de chaînes et la VOD.. Et puis les problèmes d'ordinateurs ça m'a calmé. »*

*« J'ai eu beaucoup de problèmes. J'ai du réinstaller plusieurs fois Windows. J'avais tendance à prendre des logiciels de plus en plus « risqués ». »*

*« Je télécharge moins principalement à cause du ralentissement causé sur mon ordinateur. »*

Les pirates craignent aussi d'être passible de poursuites judiciaires et d'avoir à verser une amende pour téléchargement illégal de contenus. Malgré l'affaiblissement du sentiment de culpabilité face au téléchargement, certains internautes demeurent encore peu enclins à télécharger.

Pour les consommateurs, les moyens qui peuvent ralentir la piraterie sont aussi les alertes de la part des FAI en cas de dépassement manifeste d'un certain niveau de téléchargement (message mail personnalisé) et plus récemment l'annonce de la mise en place d'un système de détection des internautes mettant des fichiers illégaux à disposition sur Internet.

Le développement des offres de VOD payantes attractives et forfaitaires, pour se repérer facilement dans l'offre et cesser de perdre du temps en gérant des téléchargements, des recherches, des disques durs, apparaît aux yeux des consommateurs comme un moyen de ralentir la piraterie.