

Pour le Blu-ray, 2008, annus horribilis

Le **Blu-ray** a la vie dure. Sorti victorieux d'un combat qui l'a opposé au HD DVD, le format défendu par Toshiba, il a été défait cette fois-ci par plus fort que lui : le contexte économique.

Selon l'AFP, le Blu-ray défendu par **Sony** et promis à un bel avenir n'a pas su, ou pas pu s'imposer. Prix élevé des supports (de 25 euros en moyenne) et nécessité de remplacer son matériel ont eu raison d'une révolution qui pourtant promettait d'en mettre plein les yeux aux futurs utilisateurs.

« *C'est un marché encore petit* » a expliqué Michaël Mathieu, analyste pour l'institut Gfk. Et d'ajouter « *la conversion à ce format sera plus longue que ce qu'on a connu en 1995-97 avec le passage de la cassette vidéo VHS au DVD* ». Il faut dire que l'écart technologique entre DVD et Blu-ray n'est pas aussi évident que celui entre VHS et DVD. Par ailleurs, les consommateurs sont réticents à se faire tondre une troisième fois après le passage du vinyle au CD et du VHS au DVD...

La PS3, principale tête de pont de la stratégie de Sony et principale ambassadrice du Blu-ray, n'a que très peu séduit les consommateurs, sans doute rebutés par son prix élevé, sans commune mesure avec celui pratiquée par Nintendo pour sa Wii ou Microsoft, pour sa Xbox 360.

De fait les ventes de Blu-ray n'ont que très peu évolué. Selon le cabinet Strategy Analytics, seuls 4 millions de lecteurs de haute définition, sans compter les PS3, devraient être livrés pour l'année 2008 contre 111 millions pour les platines classiques. Pour Gfk, ce chiffre ne devrait pas dépasser les 130.000 en France.

Même constat pour les galettes bleues. Elles ne représentent que 2% du marché. Même la sortie de grands succès cinématographiques n'a pas suffi à leur faire remonter la pente.