

VOD : 'Le gratuit va s'imposer' dicit Forrester

En seulement deux ans, la vidéo a pris une réelle dimension sur la Toile. Les internautes peuvent aisément consulter des extraits de films, des clips ou des vidéos réalisées par des amateurs ou issus des catalogues des Majors.

Des sites comme YouTube, le français Dailymotion, ou Agoravox TV, pour ne citer qu'eux, ont réussi à fidéliser une importante audience.

Mais, revers de la médaille, la plupart de ces plates-formes doivent se mettre au diapason d'éditeurs de contenus exaspérés de voir [leurs oeuvres pillées](#) et le droit d'auteur bafoué. (ndlr : affaire Viacom/Youtube)

En ce qui concerne les sites de VOD, (vidéo à la demande) qui propose d'acheter ou de louer des films en ligne, (ndlr : Cinezime, Vodeo, Canalplay) le décollage est tardif. Et ce, malgré un travail assez remarquable des indépendants et des délais de plus en plus réduits entre sortie en salle et disponibilité sur le 3W.

Selon une étude de Forrester, une plate-forme payante comme iTunes Video d'Apple, va connaître son apogée en 2007 avant d'enregistrer une chute de ses ventes. Les raisons avancées par le cabinet sur ce ralentissement étant *« qu'un nombre croissant de programmes sont accessibles sur des sites gratuits financés par la publicité. Qu'il existe trop de formats de stockage et que les problèmes techniques découragent l'utilisateur de payer pour une émission ou un film en ligne. »*

Les ventes de films et de programmes télévisés devraient tripler en 2007 à 279 millions de dollars, contre 98 millions de dollars estimés l'an dernier. Mais dès 2008, un déclin va s'amorcer.

« Dans le segment vidéo, iTunes est juste un feu de paille alors que les consommateurs attendent des moyens plus faciles d'obtenir leurs produits. Ils font déjà leur apparition (exemple le très attendu Joost, ndlr) », explique James McQuivet, analyste chez Forrester et auteur de l'étude, qui voit également dans le téléchargement payant de la vidéo « une impasse » affirmant « le gratuit va s'imposer ».

Toujours selon l'étude, la croissance des ventes ne devrait pas tripler, ni même ne doubler en 2008 et au-delà.

Seulement **9%** des internautes adultes ont payé pour télécharger un programme. Ils ont dépensé en moyenne **14 dollars** pour acheter des vidéos en 2006 et dépenseront probablement davantage cette année, les nouveaux sites gratuits n'en n'étant qu'à leur début.

Interrogé par Reuters, McQuivey donne un conseil aux groupes de médias qui : *« devraient rendre disponibles leurs contenus sur toutes les plates-formes de distribution, mais, en revanche, devraient prêter davantage d'attention à celles qui permettent aux utilisateurs de les diffuser sur un réseau domestique. »*