

Rassegna del 01/12/2016

...

Mf	11 Poste-H3G, si decide sui 338 mln	Messia Anna	1
Mf	10 Focus oggi - Fastweb si aggiudica un'altra gara della Pa - A Fastweb nuova gara Consip	Follis Manuel	2
Sole 24 Ore	39 Parterre - Giglio fra e-commerce 4.0 e passaggio sull'Aim	R.d.F.	3
Sole 24 Ore	23 Microsoft sfida Google con Bing - Microsoft: da Bing sfida a Google su ricerche e spot	A.Bio.	4
Sole 24 Ore	41 In breve - Violati un milione di account Google	...	5
Sole 24 Ore	23 In breve - Mise. Spente le frequenze interferenti	...	6
Repubblica	27 Non solo online ora le serie di Netflix si possono scaricare	...	7
Italia Oggi	19 Tv, spente le frequenze interferenti	...	8

ESTERA

Echos	23 Sky si lancia nella telefonia mobile nel Regno Unito	Collen Vincent	9
Monde	12 Interrogativi sulla chiusura di Zone Téléchargement	Tual Morgane	10
Monde	12 Il 'video-on-demand' decolla in Francia	Vulser Nicole	11
Echos	4 Il ritorno della «tassa YouTube»	in.F.	12
Echos	22 Televisione: Arthur vuole rivoluzionare l'interattività	Alcaraz Marina	13

OGGI L'UDIENZA SUI DANNI CHIESTI DA NOVARI PER IL MANCATO ACCESSO ALLA RETE POSTALE

Poste-H3G, si decide sui 338 mln

Un braccio di ferro che va avanti da oltre un anno. Caio ha già perso un ricorso al Tar che, al pari dell'Agcm, ritiene però illegittima la pretesa dell'azienda telefonica di scegliersi gli uffici postali

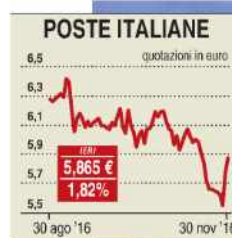
DI ANNA MESSIA

L'udienza per la causa da 338 milioni intentata da H3G Italia contro Poste Italiane è fissata per oggi. Si aprirà così un altro capitolo del braccio di ferro plurimilionario che vede oramai da più di un anno il gruppo guidato da Vincenzo Novari contrapposto alle Poste Italiane. Un confronto che si è aperto a giugno di un anno fa, quando H3G spa aveva chiamato in causa l'Antitrust perché non era riuscita ad avere accesso alla rete degli uffici postali per distribuire i suoi prodotti. La norma cui si era appellata H3G Italia è la legge sulla concorrenza 287 del 1990, in particolare al comma 2 quater dell'articolo 8. Il testo stabilisce che, qualora imprese attive in regime di monopolio decidano di operare in mercati diversi da quello dominante tramite società partecipate, utilizzando beni e servizi di cui abbiano disponibilità grazie alla loro posizione di monopolisti, sono obbligate a dare accesso a quegli stessi beni ai concorrenti che ne facciano richiesta.

Come appunto nel caso di H3G che ha chiesto accesso alla rete degli uffici postali che già distribuiscono le schede telefoniche della società del gruppo Poste Mobile. Una norma che, in verità, in quasi 20 anni di storia, non era mai stata applicata ma che questa volta ha fatto decisamente rumore. Perché dopo essersi rivolta all'Antitrust (che a dicembre 2015 le ha dato torto) la società guidata da Novari ha presentato ricorso anche al Tribunale di Roma per chiedere il risarcimento del danno patito per non aver potuto vendere

le sue schede telefoniche nella rete postale. Un documento che secondo H3G, varrebbe addirittura 338 milioni (oltre le spese legali) calcolato come mancato incasso. E oggi, dopo una serie di rinvii dovuti anche all'eccezione pregiudiziale sollevata da Poste Italiane relativa ad una carenza di potere del legale di H3G, accolta il 22 giugno scorso, si entra nel merito della questione.

Con un punto a favore di Poste. Perché nei mesi scorsi il gruppo guidato da Francesco Caio ha presentato ricorso al Tar del Lazio contro la decisione dell'Antitrust che aveva dato ragione ad H3G. E nonostante il tribunale amministrativo a fine settembre abbia respinto le sue richieste, allo stesso tempo, ha accolto il principio, sostenuto da Poste e approvato anche dall'Antitrust, secondo il quale l'obbligo previsto nella legge sulla concorrenza riguarda la parità di trattamento. In pratica sarebbe illegittima la richiesta di H3G che voleva limitare il suo accesso solo ad alcuni punti della rete di Poste e non era invece interessata a ricevere lo stesso trattamento, alle stesse condizioni, che il gruppo postale riserva alla sua partecipata Poste Mobile, e che aveva offerto pure al gruppo di Novari. Una novità che, come si legge nella relazione dei nove mesi di Poste Italiane ha portato il gruppo guidato da Caio ad essere un po' fiducioso di riuscire a spuntarla contro H3G, anche se non può certo abbassare la guardia. «Anche tenendo conto della percentuale di incertezza propria di ogni giudizio, che impedisce qualsivoglia quantificazione, alla stato è possibile constatare una sensibile diminuzione del rischio di soccombenza», è scritto nel documento pubblicato a fine ottobre da Poste Italiane. La parola passa ora al tribunale. (riproduzione riservata)



Francesco Caio



FOCUS OGGI

Fastweb si aggiudica un'altra gara della Pa

Il gruppo tlc ha conquistato tutti i cinque lotti della gara per i servizi di gestione e manutenzione delle infrastrutture Ip e delle postazioni di lavoro. Fornitura da 350 mln
Follis a pag. 10

LA SOCIETÀ HA PARTECIPATO IN UN RAGGRUPPAMENTO TEMPORANEO CON MATICMIND SPA

A Fastweb nuova gara Consip

Il gruppo guidato da Calcagno si è aggiudicato tutti i 5 lotti previsti dal bando. Commessa del valore di quasi 350 milioni di euro. In luglio il gruppo si era aggiudicato un bando sui servizi Ip

DI MANUEL FOLLIS

Apochi mesi di distanza dalla commessa per la sicurezza digitale, Fastweb si aggiudica una nuova gara Consip del valore di quasi 350 milioni. Secondo quanto risulta a *MF-Milano Finanza*, il raggruppamento temporaneo di imprese (Rti) guidato da Fastweb (insieme a Maticmind spa) si è aggiudicato attraverso la centrale nazionale acquisti della pubblica amministrazione la gara per la fornitura dei servizi di gestione e manutenzione nell'ambito delle infrastrutture Ip e delle postazioni di lavoro presenti presso le pubbliche amministrazioni. L'importo complessivo della fornitura è pari a 346 milioni. Il bando prevedeva la fornitura dei servizi di gestione e manutenzione dei diversi sistemi tecnologici presenti presso le sedi delle pubbliche amministrazioni centrali e locali. In particolare, è prevista la gestione e manutenzione di centrali telefoniche, apparati di reti locali, apparati di sicurezza, postazioni di lavoro e server, interventi sul cablaggio, attività di presidio e di service desk. La gara era suddivisa in cinque lotti (con valori rispettivamente di 113, 63, 60, 49 e 61 milioni) e Fastweb si è aggiudicata tutti i lotti della gara che comprendono dalle pubbliche amministrazioni centrali a quelle locali di tutte le Regioni italiane. La convenzione avrà una durata di 18 mesi dalla data di attivazione e può essere

prorogata fino a un massimo di ulteriori 12 mesi. I singoli contratti di fornitura hanno durata minima di 24 mesi e massima di 48, con modularità di un anno. Grazie a questa nuova gara le amministrazioni possono richiedere servizi di gestione e manutenzione su numerosi sistemi utilizzando un unico strumento contrattuale. In luglio un altro raggruppamento temporaneo di imprese in quel caso guidato da Leonardo-Finmeccanica insieme alla società guidata da Alberto Calcagno si era aggiudicato (sempre attraverso Consip) la gara per la fornitura di servizi di sicurezza digitale e sicurezza alla pubblica amministrazione per un importo complessivo di 600 milioni. La quota parte di Leonardo, mandataria della rti (comprendente oltre a Fastweb anche Ibm Italia) ammontava a circa 250 milioni. In quel caso l'aggiudicazione si riferiva al solo lotto 2 dell'accordo quadro (che era suddiviso in quattro lotti), relativo ai servizi di cloud computing, di sicurezza, di realizzazione di portali e servizi online e di cooperazione applicativa per le pubbliche amministrazioni. (riproduzione riservata)



Alberto Calcagno



PARTERRE

Giglio fra e-commerce 4.0 e passaggio sull'Aim

Il gruppo Giglio, nato come network televisivo multimediale, si concentra sempre più sull'e-commerce 4.0. E in più avvia le procedure per passare dal mercato Aim di Borsa italiana (dove è quotato dal 2015) allo Star. La transizione è prevista per l'estate 2017 ed è già pronto il team che supporterà la società. Ne fanno parte Banca Finnat (sponsor), lo studio Carnelutti (advisor legale), Ernst & Young (revisore legale), Mazars (advisor translisting), Kt & partners (advisor finanziario) e Sempione Sim (corporate broker). In attesa degli sviluppi a Piazza affari, Alessandro Giglio alla guida del gruppo, ha presentato una nuova tecnologia per l'e-commerce 4.0 che, spiega «supera il limite del web, dei social e della Tv, permettendo l'interazione di tutte le esperienze digitali». L'utente, in pratica, scattando una foto con il suo dispositivo mobile a un prodotto - che sia postato in un social, visto nella pubblicità di un magazine, o in onda in Tv o in streaming - ottiene in tempo reale sul display i dettagli e il prezzo dell'oggetto individuato e può procedere direttamente all'acquisto. (R.d.F.)



Dir. Resp.: Roberto Napoletano

WEB

Microsoft sfida Google con Bing

Andrea Biondi ► pagina 23

Web. La società ha il 10% di quota delle richieste

Microsoft: da Bing sfida a Google su ricerche e spot

I PROSSIMI PASSI

Steinman (Bing Ads Sales): Per i prossimi 3-5 anni lo scenario sarà determinato dall'intelligenza artificiale e il search sarà più pervasivo

■ «In Italia abbiamo il 10% di market share. Il che significa che sul totale delle richieste sul web fatte dagli italiani il 10% sono su Bing». Axel Steinman è vicepresidente internazionale di Bing Ads Sales in Microsoft: responsabile della pubblicità search in tutti i mercati fuori dal Nord America.

In Italia per partecipare allo Iab Forum 2016, Steinman parla al Sole 24 Ore delle prospettive di Bing, della pubblicità sul search e dell'adv online in generale. E il messaggio vuole essere chiaro: Microsoft con il suo motore di ricerca Bing e con il suo ecosistema vuole dare battaglia e guadagnare quote nelle ricerche degli utenti e negli investimenti pubblicitari, anche al cospetto di un gigante come Google che ha numeri da monopolista sul search. «È vero: Google è un "very dominant player", ma noi stiamo facendo sentire il nostro fiato sul collo. Dal punto di vista degli investitori abbiamo costi minori. Per ciò che concerne gli utenti, la nostra market share in Italia al 10% era del 3-4% un anno e mezzo fa». Nel frattempo c'è stato anche un accordo con Italiaonline che ha scelto di adottare il search engine di Microsoft per i servizi di ricerca di Libero e Virgilio.

Andando sul discorso generale, Steinman non ha dubbi che il search è il presente, ma anche il futuro dell'adv online: «Dal sear-

ch si può risalire con precisione agli interessi del consumatore». Nei prossimi 3-5 anni ci saranno poi grandi cambiamenti, legati per lo più all'intelligenza artificiale. «Il search - dice - sarà molto più pervasivo. Con Windows 10, per esempio, già ora utilizzando Word si possono avere risposte senza uscire dal documento». A questo si aggiunge una «search più personale. A partire dalla ricerca vocale. Questo servizio richiede ovviamente l'intelligenza artificiale. La nostra assistente personale Cortana (come Siri per Apple, ndr.) conosce chi siamo, i nostri gusti e tanto altro. Nulla vieta, quindi, che Cortana possa ricordarci appuntamenti, impegni, necessità». Ultimo aspetto: «"Conversation as platform". L'assistente Cortana può partecipare come problem solving alle conversazioni fra interlocutori». A questo punto la sfida a Google è lanciata, anche perché «Cortana è anche per Android e Ios, non solo per Windows, così anche Skype e Office. Siamo diventati agnostici sulla tecnologia e questo aiuta». Ma a che livello di penetrazione si può aspirare? «Il cielo è il limite. Perché l'Italia non dovrebbe raggiungere il 24% come in Uk?».

A. Bio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Bing. Axel Steinman



In breve

PRIVACY

Violati un milione di account Google

Oltre un milione di account Google sono stati violati da un malware chiamato Gooligan, che si insinua attraverso delle app infettate nei sistemi operativi Android 4 e 5 degli smartphone e che continua a impossessarsi di 13mila chiavi di accesso ai profili al giorno.



In breve



MISE

Spente le frequenze interferenti

Completato lo spegnimento delle frequenze interferenti sull'Adriatico con i Paesi confinanti. Solo nelle Marche l'operazione è stata sospesa per il terremoto. Lo ha comunicato il Ministero per lo Sviluppo economico. «Dopo decenni l'Italia delle frequenze torna nella legalità internazionale», ha commentato Antonello Giacomelli, sottosegretario con delega alle Comunicazioni. Ora «possiamo sederci ai tavoli di coordinamento con i paesi confinanti anche in vista della liberazione della banda 700».



MEDIA

Non solo online ora le serie di Netflix si possono scaricare

ROMA. Non solo streaming. Ieri Netflix ha annunciato che permetterà agli utenti, senza costi aggiuntivi, di scaricare film e serie su cellulari e tablet, in modo da poterli guardare anche quando non sono connessi. La mossa è un tentativo di non farsi superare da Amazon, che ha introdotto la funzione per gli iscritti a Prime già da settembre del 2015, specie nei Paesi dove Internet è meno capillare. In Italia anche Sky prevede per gli abbonati a Go Plus il download, ma con un prezzo extra di 5 euro.



CON L'ESTERO

*Tv, spente
le frequenze
interferenti*

Il ministero dello sviluppo economico ha completato il processo di spegnimento (switch off) degli impianti che interferivano sull'Adriatico con i paesi confinanti. Solo nelle Marche l'operazione è stata temporaneamente sospesa a causa del terremoto. I problemi con Francia, Malta e Svizzera erano stati risolti nella prima metà del 2016. Nel complesso le frequenze spente sono state 61. Contemporaneamente sono state messe a disposizione 26 frequenze coordinate.

Si chiudono così i problemi con i paesi confinanti che avevano chiesto l'assistenza dell'Itu, l'agenzia delle Nazioni Unite che si occupa di allocare il radiospettro a livello internazionale, già dal 2005. In una nota l'Itu ha preso atto dello spegnimento e il segretario generale dell'organismo, Houlin Zhao, si è complimentato con il sottosegretario allo sviluppo economico Antonello Giacomelli per il risultato raggiunto. «Ci siamo impegnati a rimediare», ha commentato Giacomelli, «e possiamo sederci ai tavoli di coordinamento con i paesi confinanti anche in vista della liberazione della banda 700».



Sky se lance dans le téléphone mobile au Royaume-Uni

TÉLÉCOMS

La firme de Rupert Murdoch ne casse pas les prix, au soulagement des opérateurs mobiles existants.

Vincent Collen

@VincentCollen

— Correspondant à Londres

Sky se jette à l'eau. Déjà numéro un de la télévision payante outre-Manche, la firme britannique vient de dévoiler l'offre de téléphonie mobile qu'elle lancera en janvier au Royaume-Uni. Ce lancement était très attendu outre-Manche, vu la puissance de feu du groupe de Rupert Murdoch et sa maîtrise du marketing. Il s'avère un peu plus modeste que prévu.

Sky cible en priorité sa base de 12 millions de foyers abonnés à la télévision, qui comprend 23 millions d'utilisateurs de téléphone mobile, selon ses estimations. Le forfait phare de Sky Mobile coûtera 10 livres par mois (un peu moins de 12 euros) pour un gigabit de données, en plus des appels et SMS illimités. Les tarifs sont nettement plus élevés pour ceux qui ne sont pas déjà clients de Sky. Ils devront déboursier 20 livres pour le même forfait.

L'offre la plus flexible

L'offre sera « la plus flexible du marché », promet Stephen van Rooyen, le patron de Sky pour la Grande-Bretagne. Les abonnés pourront reporter d'un mois sur l'autre les données qu'ils n'auront pas utilisées et ils pourront les partager avec d'autres membres de la famille. Ils pourront aussi synchroniser leur téléphone avec leur box pour télécharger un film ou un match de foot sur leur mobile. Sky est loin de casser les prix. Son offre d'entrée n'est que 15 % moins chère que celle de Three, ce qui n'est « pas très agressif », relèvent

les analystes de Citi. « Sky ne va pas bouleverser le marché mobile britannique de la même façon que Free en France », estiment ceux de Liberum. « C'est un soulagement pour les autres opérateurs britanniques », selon UBS. Les ambitions de la firme de Rupert Murdoch sont mesurées : elle vise 3 millions d'abonnés en 2020, selon les calculs des analystes, date à laquelle elle prévoit de dégager des bénéfices. Les investissements seront limités, car Sky louera le réseau de l'opérateur O2 et ne commercialisera son offre que via les canaux de distribution existants (en ligne essentiellement). Le coût d'acquisition des nouveaux abonnés sera donc faible (33 livres, selon Sky). Le nouvel entrant gèrera tout de même en direct la facturation et le service clients.

Le groupe britannique cherche avant tout un relais de croissance, alors que sa marge de progression dans la télévision paraît limitée. Il doit faire face à l'inflation des droits de retransmission du football et à une concurrence croissante de BT, Netflix et Amazon. Sky a déjà réussi une première diversification dans l'Internet à haut débit en se hissant à la deuxième place du marché, derrière BT, qui a commencé à marcher sur les plates-bandes de Sky en faisant l'acquisition de droits sportifs pour son offre de télévision. L'offre mobile lancée en janvier n'est pas pour autant groupée : les factures de télévision, d'Internet et de mobile resteront distinctes, a précisé Sky, qui estime que ses clients demandent avant tout de la clarté.

Pour les analystes de Barclays, le savoir-faire de Sky rend un nouveau succès dans le mobile « très probable ». Vendre des forfaits mobiles à ses abonnés de télévision pourrait aussi permettre de les fidéliser, même si certains sont sceptiques sur ce point. Rien ne prouve que le câble-opérateur Virgin ait réussi à limiter les désabonnements à son offre de télévision payante depuis qu'il a lancé son offre de téléphonie mobile, pointent les experts de Liberum. ■

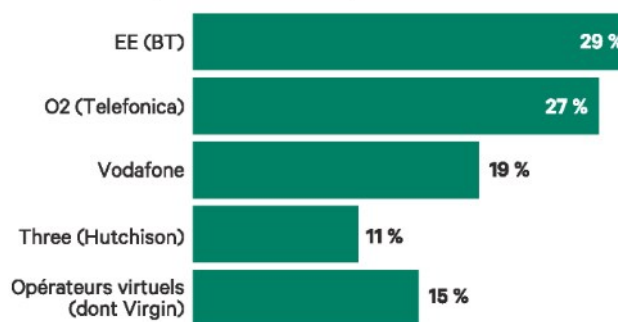
3

MILLIONS D'ABONNÉS

C'est le nombre de clients mobiles que Sky devra séduire pour atteindre la rentabilité. Le groupe prévoit d'atteindre cet objectif dans trois ans.

La téléphonie mobile au Royaume-Uni

Parts de marché, en nombre d'abonnés, à fin 2015



« LES ÉCHOS » / SOURCE : OFCOM

Sky si lancia nella telefonia mobile nel Regno Unito



Questions sur la fermeture de Zone Téléchargement

Sept responsables du site proposant des contenus piratés ont été arrêtés lundi. L'adresse est toujours active

431 000 euros d'avoirs ont été saisis: deux voitures de luxe, des comptes courants, des assurances-vie...

C'était le plus gros site français de téléchargement de contenus protégés par le droit d'auteur. Lundi 28 novembre, la gendarmerie nationale a annoncé, sur les réseaux sociaux, la fermeture de Zone Téléchargement. Moins de vingt-quatre heures plus tard, celui-ci était de retour en ligne – ou du moins en façade, les liens de téléchargement ne fonctionnant plus. Le feuillet a maintenu en haleine de nombreux internautes, éplorés par sa disparition. Et pour cause: Zone Téléchargement est le onzième site le plus visité en France, selon le classement établi par la société d'analyses Alexa.

Ce site très populaire répertorie des liens permettant de télécharger directement des films, des séries, de la musique ou encore des jeux vidéo, piratés. Selon la police d'Andorre, il comptabilise en moyenne 3,7 millions de connexions par mois et 11 000 téléchargements par jour. En 2014, la Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (Sacem), rapidement rejointe par l'Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle (ALPA), a porté plainte contre lui.

« Plus d'impunité »

L'enquête, menée par le centre de lutte contre les criminalités numériques (C3N) de la gendarmerie nationale et la section de recherches de Toulouse, a abouti, deux ans plus tard, à l'interpellation de sept personnes, en France et en Andorre, dont cinq ont été placées en garde à vue. Parmi elles, le responsable de la gestion

technique du site et le responsable des finances. Tous deux résidaient à Andorre. Un total de 431 000 euros d'avoirs ont été saisis, comprenant deux voitures de luxe, des comptes courants, des assurances-vie ainsi que des milliers d'euros en liquide. Car Zone Téléchargement génère beaucoup d'argent, issu notamment de la publicité. David El Sayegh, secrétaire général de la Sacem, affirme que le site réalise 1,5 million d'euros de chiffre d'affaires par an et dispose de comptes offshore ouverts à Malte, Chypre et au Belize. Le préjudice pour les ayants droit est estimé à 75 millions d'euros. Les responsables du site risquent jusqu'à trois ans de prison et 300 000 euros d'amende pour contrefaçon. Si les charges de contrefaçon en bande organisée sont retenues, ils pourraient être condamnés à sept ans d'emprisonnement et 750 000 euros d'amende. Et la justice sait parfois se montrer sévère: en septembre, l'administrateur de site OMGtorrent avait été condamné à un an de prison, dont huit mois ferme, et 5 millions d'euros de dommages et intérêts.

« C'est un rappel qu'il n'y a plus d'impunité pour les pirates », s'est réjoui le secrétaire général de la Sacem après la fermeture de Zone Téléchargement. « On est dans un cas de contrefaçon à but lucratif, à haute échelle. Ces gens-là ne paient pas d'impôt, ne paient pas les ayants droit, ils ne respectent rien. Ils élaborent un mécanisme sophistiqué pour se mettre hors la loi, de manière volontaire et très organisée. » Quelques jours plus tôt, le 17 novembre, une autre plainte de la Sacem avait abouti à la fermeture par la gendarmerie nationale d'un autre important site de téléchargement, musical cette fois, What.CD.

Si la Sacem se félicite de l'opération de la gendarmerie, de nombreux utilisateurs du site ont exprimé leur mécontentement sur les réseaux sociaux. La plupart des internautes déçus, qui ont

laissé entendre publiquement qu'ils avaient téléchargé illégalement à partir de ce site, n'ont néanmoins pas semblé très inquiets sur leur sort: il est pourtant possible que leur adresse IP, qui permet d'identifier la machine avec laquelle ils se sont connectés au site, soit stockée sur les serveurs saisis. Ce qui pourrait permettre aux forces de l'ordre de remonter jusqu'à eux.

Toutefois, la Sacem a laissé entendre qu'elle ne comptait pas les poursuivre. « L'enjeu est surtout de faire arrêter ceux qui font commerce des œuvres », souligne M. El Sayegh. « Détenir des fichiers contrefaits, c'est du recel. Mais l'objectif est avant tout d'attaquer le mal à sa source. » La peine des utilisateurs a toutefois été de courte durée. Mardi midi, le site, qui affichait depuis sa fermeture un message d'erreur, est soudain réapparu à son adresse habituelle. Mais il n'est pour l'instant que l'ombre de lui-même: s'il est possible de naviguer sur le site, les liens qu'il propose ne permettent pas de télécharger de contenu. Comment expliquer ce retour? Des serveurs ont été saisis, notamment en Allemagne et en Islande, mais d'autres sont peut-être encore actifs. De plus, l'adresse du site n'a pas été affectée, et d'autres administrateurs de Zone Téléchargement ont, par exemple, pu l'utiliser pour relancer le site. C'est l'éternel jeu du chat et de la souris entre les autorités et les sites donnant accès à du contenu piraté. Certains, comme The Pirate Bay, parviennent à subsister des années, sous une forme ou une autre, malgré les procédures à répétition.

MORGANE TUAL

Interrogativi sulla chiusura di Zone Téléchargement



La vidéo à la demande décolle en France

Selon une étude du CNC, les abonnements représentent 30 % du marché de la VOD

En septembre, près de 20 % des internautes déclaraient avoir payé pour un programme au cours des trente derniers jours

En France, la vidéo à la demande (VOD) semble enfin décoller, même si c'est en douceur. La concurrence des sites pirates gratuits de téléchargement est telle que l'essor de ces services a été considérablement entravé pendant des années. La fermeture, lundi 28 novembre, de Zone Téléchargement, le plus gros site de téléchargement direct francophone (plus de 4 millions d'utilisateurs par mois), dopera sans doute les plates-formes payantes. Mais cette lutte des gendarmes contre les sites pirates pourrait aussi ressembler à un énième épisode du chat et de la souris.

Selon l'étude du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) publiée mardi 29 novembre, ce marché a augmenté de 21,5 % sur les neuf premiers mois de 2016 par rapport aux neuf premiers mois de 2015, pour atteindre son plus haut historique: 230,5 millions d'euros. Selon Benoît Danard, auteur de ce rapport, «on assiste à un développement de la vente et des abonnements au détriment de la location. Par ailleurs, le marché français se caractérise par l'importance récente de l'américain Netflix, la plate-forme payante de loin la plus utilisée, même si les opérateurs nationaux s'en sortent bien».

Près de 25 000 programmes sont proposés chaque mois, dont la plus importante partie (45,8 %) provient de films pornographiques, 35,3 % de longs-métrages et 19 % de programmes audiovisuels (séries, etc.). Preuve chiffrée que la VOD n'est pas majoritairement utilisée pour regarder des films d'auteur...

Pour les locations à l'unité, les spectateurs peuvent choisir dans un catalogue de 14 000 longs-métrages. Les films français et européens tiennent le haut du pavé,

avec 45,8 % de l'offre, juste devant les américains (43,8 %). «Le tiercé des films les plus loués à l'unité pour vingt-quatre ou quarante-huit heures en octobre en France est constitué par "Retour chez ma mère", d'Eric Lavaine, "Captain America, le soldat de l'hiver", d'Anthony et Joe Russo, et "Camping 3", de Fabien Onteniente. Deux comédies françaises et un blockbuster américain», détaille M. Danard, qui souligne «la très bonne exposition des films français, qui rencontrent, comme en salle, une part importante du public».

L'indicateur le plus prospectif de l'étude concerne l'importance croissante des abonnements à des services de vidéo à la demande, qui représentent désormais 30 % du marché (en hausse de près de 12 % par rapport à 2015), alors que les paiements à l'unité régressent, à 70 %.

Les usages évoluent et cette pratique de visionnage de films se généralise. Plus du tiers des internautes déclarent avoir déjà payé pour visionner un programme en vidéo à la demande. Rien qu'en septembre, ils étaient 19,4 % à déclarer avoir ouvert leur porte-monnaie au cours des trente derniers jours pour utiliser de la VOD.

Davantage de clients «intensifs»

En toute logique, le renforcement de la consommation sur ordinateurs et terminaux mobiles s'effectue au détriment de la télévision. Et les amateurs de vidéo à la demande deviennent fidèles à ce type de consommation d'images: les clients «intensifs», qui regardent des films en VOD entre une fois par jour et une fois par mois, sont de plus en plus nombreux par rapport aux «occasionnels».

Sur une liste de 24 plates-formes proposées aux internautes, ces derniers déclarent utiliser d'abord MyTF1 VOD, puis les services d'Orange, Netflix, CanalPlay VOD, FranceTV Pluzz VAD, CanalPlay, iTunes, SFR Club Vidéo, Google Play et Arte.

Cette étude intervient alors que le délai légal d'exploitation des films en VOD, aujourd'hui fixé à quatre mois après la sortie en salle, sera l'un des chantiers examinés en 2017 avec l'ensemble des professionnels du cinéma. ■

NICOLE VULSER

Il 'video-on-demand' decolla in Francia



La « taxe YouTube » resurgit aussi

Les députés ont de nouveau voté un amendement taxant les plates-formes vidéo. Une mesure rejetée le mois dernier dans l'hémicycle.

La « taxe YouTube » a fait son retour dans le débat parlementaire lors de l'examen du projet de loi de finances rectificative mercredi à l'Assemblée. Les députés sont revenus à la charge en commission, en votant un amendement visant à instaurer une taxe de 2 % sur les revenus publicitaires des sites mettant à disposition des vidéos sur Internet. L'amendement sera à nouveau examiné en séance publique la semaine prochaine.

Cette taxe avait pourtant été écartée dans l'hémicycle il y a un mois lors des discussions sur le projet de budget 2017, après un vif débat entre certains députés PS et le gouvernement. Le secrétaire d'Etat au Budget, Christian Eckert, avait alors mis en avant le fait que cet impôt ne rapporterait que 2 millions à l'Etat.

Sites français et étrangers

Dans cette nouvelle mouture, les députés assurent avoir tenu compte des critiques émises lors du premier débat. « La taxe sera due par tout opérateur, quel que soit son lieu d'établissement, proposant un service en France qui donne ou permet l'accès, à titre onéreux ou gratuit, à des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles ou autres contenus audiovisuels », précise l'amendement. Elle concernera les éditeurs de contenus en ligne tels que Universciné ou iTunes, ainsi que les plates-formes communautaires de type YouTube ou Dailymotion.

La difficulté est de parvenir à fiscaliser aussi bien les sites français qu'étrangers. Lors du premier débat, certains parlementaires avaient fait remarquer qu'il s'agirait plutôt d'une taxe « Dailymotion », car il serait aisé pour les opérateurs étrangers de s'y soustraire. — **ln.F**

Il ritorno della «tassa YouTube»



Télévision : Arthur veut révolutionner l'interactivité

- Le producteur-animateur star prépare une appli permettant de commenter des émissions, de jouer, etc.
- Il travaille pour cela avec un ancien de Dailymotion.

« Ça va être fou...
On va proposer,
en quelque sorte,
les Pokémon
de la télévision. »

ARTHUR

Fondateur de Satisfaction-
The Television Agency

PRODUCTION

Marina Alcaraz

✉@marina_alcaraz

Point d'étape sur les stars qui vont accepter l'hypnose ; vérification de la météo sur un prochain tournage ou encore bilan des ventes internationales des programmes... Nous sommes à l'une des réunions régulières des équipes de Satisfaction-The Television Agency, la société de production d'Arthur. Ce dernier est présent pour vérifier que tout se fera dans les temps, donner de nouvelles idées – souvent avec une pointe d'humour –, présenter les nouveautés, etc.

Et, de tous les projets de sa société de production, le plus novateur est sans doute We Are TV, dont le lancement est prévu au premier semestre 2017. « Ça va être fou », s'enthousiasme Jacques Essebag, plus connu sous le pseudonyme d'Arthur. Cette start-up a pour ambition de « créer une nouvelle forme d'engagement avec les téléspectateurs », explique-t-il. Concrètement, depuis le canapé de son salon, le téléspectateur pourra, à travers une appli, voter pour des candidats, commenter, participer à des émissions, jouer... « Il y aura un principe de réalité augmentée pour faire apparaître des objets ou des personnalités virtuels dans le salon. On

va proposer, en quelque sorte, les Pokémon de la télévision », sourit-il.

Pour We Are TV, le producteur s'est entouré de spécialistes, dont un ancien dirigeant de Dailymotion, Martin Rogard, qui l'a rejoint en septembre. « Certes, les téléspectateurs commentent des émissions via Facebook, Twitter ou autres, mais il n'y a pas vraiment de solution interactive dédiée qui soit adaptable à plusieurs émissions, plusieurs chaînes, explique ce dernier. Or, il y a un vrai marché : deux tiers des personnes utilisent d'une manière ou d'une autre leur téléphone en regardant la télévision. » L'animateur star a de grandes ambitions pour son lancement, qui se veut mondial, espérant « connecter rapidement 10 millions d'utilisateurs ».

We Are TV a déjà procédé à des tests, par exemple dans « Les Z' Awards de la télé » ou « Touche pas à mon poste », avec un premier bilan de 600.000 téléchargements. « Nous avons un excellent retour des producteurs. Nous avons même signé un partenariat avec les formats de Fremantle pour le monde », se félicite Arthur. « Du côté des chaînes, ce sera une façon de gagner de l'interactivité et un complément aux SMS surtaxés », reprend Martin Rogard. Toutefois, « il y a un problème sur le partage des données utilisateurs. Pas sûr que les chaînes et les producteurs soient d'accord pour contribuer à enrichir en quelque sorte Arthur », grince un autre producteur.

Un lien spécial avec TF1

En outre, il y a encore foule de problèmes techniques à régler, notamment sur le léger décalage qu'il peut y avoir dans la réception d'un programme selon le mode de diffusion. Quant à la monétisation, la start-up est encore en réflexion. L'une des voies est de développer le « couponing » : le téléspectateur

reçoit un cadeau-bon d'achat d'un annonceur (qui rémunérera We Are TV), l'incitant à aller dans son point de vente.

Mais ce projet digital n'est pas encore un véritable relais de croissance dans la galaxie audiovisuelle d'Arthur, qui s'appuie davantage sur des activités traditionnelles. En ce moment, Satisfaction est en train de tourner une dizaine d'émissions phares, dont « Stars sous hypnose », « Vendredi, tout est permis », « Diversion » (dans la magie), etc. « Nous devons créer deux à trois formats par an », dit-il. Chacun est aussi produit en langue anglaise. « On ne crée plus rien pour le seul marché français. » Par exemple, « Vendredi tout est permis » a été vendu dans une trentaine de pays.

Le groupe a des relations privilégiées avec TF1 : c'est sur cette chaîne que sont diffusés ses succès ou même ses mésaventures, comme le « Cinq à Sept » arrêté prématurément cet été, faute d'audience. Il a avec elle un « contrat pluriannuel avec des engagements réciproques ». Un fait relativement rare.

Au final, grâce notamment à l'international, Satisfaction, détenu par AWP, le holding d'Arthur au Luxembourg, est rentable, assure son patron. Dans un univers où la consolidation bat son plein, sa société a vocation à rester indépendante. « Je suis approché par de grands groupes de médias, mais je n'ai pas d'intérêt à vendre dans l'immédiat. Etre indépendant permet d'être libre. Mais pourquoi pas, un jour, s'adosser à un autre groupe pour passer à la vitesse supérieure ? » ■

Televisione: Arthur vuole rivoluzionare l'interattività

