



ENQUÊTE Le haut débit ouvre la voie à une télévision sur mesure : une interview de l'auteur de « Darknet ».

J.D. Lasica : « Le pouvoir passe aux mains des créateurs de contenus »

Journaliste, J.D. Lasica est l'auteur du livre « Darknet » (*), qui relate la bataille homérique opposant les studios de Hollywood à toute une « génération numérique ». L'adoption fulgurante de nouveaux outils, alors que les législations sont inadaptées à la situation, fait de chacun de nous des criminels numériques en puissance. L'ouvrage raconte le mouvement de personnalisation des médias, décrit la guerre que se livrent studios et pirates ainsi que l'émergence d'une culture plus participative.

Dans votre livre « Darknet », vous parlez de l'émergence de l'« Edge TV », la nouvelle frontière télévisuelle. De quoi s'agit-il ?

Les technologies sont en train de transformer notre idée de la télévision. Internet a bouleversé la relation qui existait jusque-là et qui consistait à l'établissement d'une grille de programmes par quelques huiles des médias à destination d'une audience passive. Aujourd'hui, avec TiVo, je regarde les programmes que je désire quand je le veux et, avec Akimbo, j'ai accès à des milliers d'heures de vidéo. Jusqu'à présent, si vous créiez une émission qui ne plaisait pas aux chaînes, il n'y avait rien à faire. Aujourd'hui, on peut proposer directement son programme à un public.

L'Edge TV fait appel à la micro-programmation, au micro-contenu. L'an passé, plus de 6.000 personnes ont créé des programmes vidéo originaux sur leurs blogs. La programmation d'Edge TV sera profondément Internet : plus courte, plus allé-

chante, plus originale et centrée sur des niches. Sa diffusion sera virale et le public aura la liberté de la commenter.

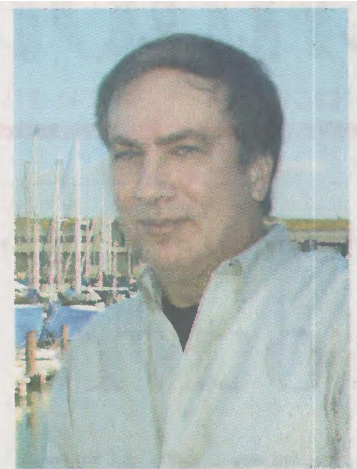
Vous affirmez que la troisième révolution de la télévision est celle de la télévision à la carte. Mais n'est-ce pas déjà une vision un peu dépassée ?

Pas vraiment. Je parle d'un contenu devenu complètement disponible à la demande. Nos décodeurs deviennent des transmetteurs de programmes au lieu d'être des récepteurs. Ils nous laissent acheter en direct à des réalisateurs indépendants, choisir sur catalogue pour revoir des émissions anciennes, ou opter pour une programmation de niche. Nous avons la technologie, mais pas encore les « business models ».

Pensez-vous que la télévision puisse se désintégrer, que chacun se fera sa programmation via des fils RSS ?

La télévision est en train d'évoluer vers un écosystème où les programmes de professionnels et d'amateurs vont coexister. On utilisera quelque chose de similaire aux fils RSS pour nous abonner à ce que j'appelle des « réseaux broadcasts personnels ». Et vous serez surpris de voir ce qui emportera l'adhésion du public. Il y a beaucoup de récits personnels qui sont prenants et efficaces. Et pas seulement les cascades et les strip-teases.

Que peut-il advenir des chaînes de télévision traditionnelles si elles perdent la main sur la programmation et les horaires de diffusion ?



Elles sont en train d'être marginalisées. Je parie que la plupart des gens ne savent pas sur quelle chaîne passent les émissions qu'ils regardent. Le pouvoir est en train de passer aux mains des créateurs de contenus, qui vont pouvoir diffuser directement à leur public. Cette tendance va s'accélérer avec le temps.

Avez-vous observé récemment un changement de mentalité chez les majors d'Hollywood ? Que faut-il penser du partenariat de Warner Bros. avec BitTorrent ?

Je crois qu'Hollywood est en train de se réveiller. Ils ont vu les erreurs de l'industrie de la musique et ne veulent pas les répéter. Il faut suivre de près le partenariat de Warner avec BitTorrent. Si leurs programmes sont distribués avec un système de gestion des droits numériques (DRM) restrictif, je ne pense pas que beaucoup de gens seront intéressés. Il faut que les studios aillent plus loin. Ils devraient autoriser les

internauts à utiliser des bouts de leurs programmes pour les remixer à leur façon. Malheureusement, ce genre de prise de risque ne semble pas inscrit dans l'ADN des dirigeants d'Hollywood.

Quelques chaînes essaient d'attirer sur leur plate-forme des contenus amateurs. Ne risquent-elles pas d'abîmer leur image de marque ?

Les chaînes se rendent compte de l'appétit du public pour des programmes plus personnels. Elles feront ce qu'elles pourront pour le satisfaire, dans certaines limites. Il y aura des partenariats entre des vidéoblogueurs, des producteurs indépendants et des chaînes. Cela ne sera pas un phénomène de masse, et le risque sur la marque est donc minime. Dans le même temps, cette tendance vers le contenu amateur est forte, et les médias ne peuvent se permettre de l'ignorer.

Le PC sera-t-il la porte d'entrée de nos loisirs numériques ?

Non, tout cela n'est pas lié au PC, mais au haut débit. Les utilisateurs expérimentent déjà leur liberté nouvelle pour créer leurs propres contenus et les visionner sur différents types d'équipements. Préparez-vous à voir un grand nombre de gens regarder de la vidéo sur leurs téléphones mobiles au cours des dix-huit prochains mois.

PROPOS RECUEILLIS
PAR VIRGINIE ROBERT

(*) « Darknet, la guerre d'Hollywood contre la génération numérique », MM2 Editions.