

Entreprises & secteurs / Publicité & Médias

La Tribune.fr - 10/04/08 à 9:49 - 853 mots

MÉDIAS

Pour Orange, le modèle historique de la télévision est dépassée

Didier Lombard , Pdg d'Orange, est venu pour la première fois mercredi 9 avril à Cannes au Marché International des Programmes (Mip Tv), s'adresser aux professionnels des contenus audiovisuels. Suite à l'annonce d'une offre de chaînes de cinéma pour ses abonnés avec des films Warner en exclusivité, il a souligné la supériorité des réseaux télécoms pour distribuer les contenus sur tous les écrans ...

Canal Plus, après avoir absorbé son concurrent dans la télévision payante par satellite TPS, n'aura eu que quelques mois de tranquillité. La filiale de Vivendi vit l'irruption de l'opérateur Orange dans la télévision payante comme une nouvelle concurrence. Et la réponse d'Orange n'est pas faite pour le rassurer.

Alors que le Pdg de Canal Plus Bertrand Meheut, dénonçait mercredi matin dans le Figaro, Orange comme un "Monsieur Jourdain des médias, qui fait de la télévision sans le savoir", Didier Lombard a estimé que la question de savoir si Orange était un média ou non était "un faux débat", dépassé. "Tout le monde - blogs réseaux sociaux, ... est un média sur internet. Distinguer les médias et les non-médias n'est plus pertinent".

Il a insisté à plusieurs reprises sur les qualités des réseaux télécoms, qui seuls permettent l'interactivité et la possibilité de regarder des contenus en tous lieux et sur tous supports (télévision, PC et téléphone mobile). Ce qui correspond aux nouvelles attentes des consommateurs de flexibilité, personnalisation et mobilité, dans la consommation de contenus, audiovisuels notamment, auxquelles seuls les réseaux "décentralisés et haut débit" peuvent répondre, au contraire de la télévision classique, qui reste fondée sur un "modèle historique" délivrant les contenus depuis un point central. .

Il est revenu sur l'annonce faite lundi de la signature d'accords exclusifs pluriannuels (au moins 5 ans), avec le studio Warner, la chaîne productrice de séries phares HBO, les français Fidélité et Gaumont. Orange s'octroie ainsi l'exclusivité pour ses réseaux de tous les nouveaux films Warner, son catalogue de films dessins animés, ... toutes les nouvelles séries de HBO (producteur de Sex and the city, des Sopranos...). L'opérateur pourra ainsi proposer à la rentrée à ses abonnés "triple play" (Internet, TV téléphone), un bouquet de six chaînes, Orange cinéma séries. Il les sonde actuellement sur le prix du futur bouquet, qui pourrait se situer autour de 15 euros (hors accès mobiles).

"L'accord est une première mondiale pour un studio américain comme Warner" se félicite Patricia Langrand, directrice exécutive en charge de la division contenus d'Orange. En effet, il englobe dans un même contrat les droits de diffusion en télévision payante, en vidéo à la demande, pour TV, PC et mobile. L'abonné Orange pourra visionner les programmes en direct ou à la demande, sur Internet, sur la TV par Adsl, sur mobiles. Ils seront transférables du PC vers le mobile et consultables pendant 48 heures. Patricia Langrand dément le montant de 100 millions d'euros qui circule pour le contrat Warner-HBO. Canal Plus avait récupéré l'exclusivité des films Warner en rachetant TPS mais le contrat arrivait à échéance en août. Il représentait environ 35 millions d'euros par an. Orange se défend d'avoir fait une surenchère mais assure que Warner, premier studio avec lequel il avait conclu un accord pour la diffusion de ses films en vidéo à la demande (achat à l'acte) sur Adsl, est un partenaire de longue date, séduit par l'offre convergente d'Orange. Les autres grands studios américains sont en contrat d'exclusivité avec Canal + pour plusieurs années encore mais la bataille pourrait désormais porter sur les films des studios indépendants.

Avec ses nouveaux accords, Orange, qui va déjà dépenser 203 millions d'euros par an, pour les droits de la Ligue 1 de football qu'il a acquis en février dernier, alourdit sa facture dans l'acquisition de contenus, qui représentait déjà, fin 2006 (avant l'achat de la L1) au moins 200 millions d'euros par an.

Pour l'amortir, il devra convaincre ses 7,2 millions d abonnés Adsl, dont 1,2 reçoivent la télévision par ce réseau de souscrire à ses offres cinéma et sport (lancée cet été avec la reprise de la Ligue 1 avec différents prix à l'étude entre 5 et 16 euros). La technologie Tv par Adsl ne peut toucher qu'environ la moitié du territoire. Pour l'autre, Orange ouvrira cet été un service par satellite sur Eutelsat, réservé - au début en tous cas - à ses clients triple play. L'opérateur

LaTribune.fr

Cet article est issu du site La Tribune.fr
(www.latribune.fr).

Aucun droit de reproduction, sous quelque forme que ce soit (photocopie, scanner, copie numérique), n'est autorisé, si ce n'est celui d'une copie unique destinée à un usage strictement personnel. Toute autre utilisation est donc soumise à l'accord préalable de l'éditeur.

Pour toute information :
information@latribune.fr

© 2008 La Tribune

gardera l'exclusivité de ses propres chaînes pour ses abonnés mais se dit prêt à distribuer [Canal +](#) et Canal Sat sur le satellite, comme il le fait déjà par Adsl.

Tout comme il assure de sa volonté de remplir des obligations d'investissements dans la production cinéma, à l'instar de [Canal +](#). Mais à condition de calculer l'assiette de ses obligations sur les seules recettes de la télévision payante et sans doute pas sur l'ensemble de son chiffre d'affaires "triple play", comme le réclame le groupe [Canal +](#).

Isabelle Repiton à Cannes