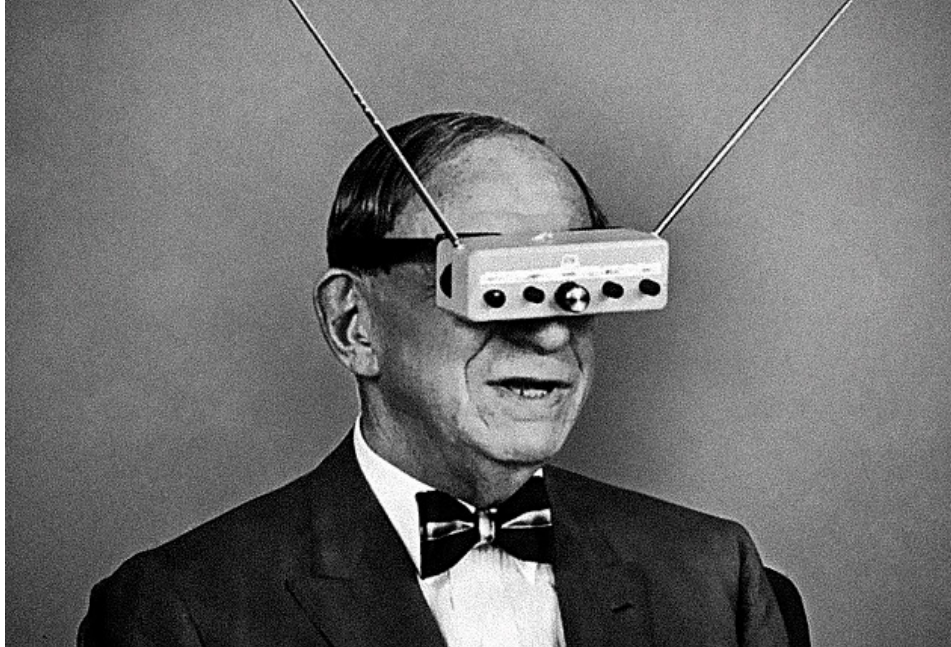


ET PAF YOUTUBE !

LE 9 OCTOBRE 2012 ANDRÉA FRADIN

A l'heure où les Cassandre prédisent une arrivée des téléviseurs connectés dévastatrice pour l'audiovisuel, YouTube lance en France 13 chaînes thématiques avec Doctissimo, AuFeminin, Capa... *Owni* est allé à leur rencontre pour savoir si c'était ça, la télé connectée.



Dur dur d'être une chaîne de télé en France. Outre la course au renouvellement (et à la sainte audience) perpétuelle, voilà le PAF qui se fait méchamment boulotter par des *outsiders*. Hier, c'était double lame : **premiers pas de D8**, feu Direct 8, doté d'un gros budget de 120 millions d'euros annuels, mais aussi lancement, plus discret et sans Roselyne Bachelot certes, de 13 chaînes thématiques françaises sur YouTube. Doctissimo, le groupe AuFeminin (dont le site Marmiton) ou encore l'agence Capa : beaucoup d'acteurs du web mais aussi quelques producteurs de contenus qui s'improvisent chaînes de télévision. Mais sur Internet.

A l'heure où les Cassandre, Pierre Lescure et ministre de la Culture en tête, redoutent **une arrivée dévastatrice d'écrans connectés** pourtant bien présents dans nos salons depuis le début du Net, ne serait-ce pas plutôt l'arrivée des e-trublions sur le territoire de la télé à papa qui incarne cette "télé connectée" **qui fait trembler politiques, institutions** et antennes ?

Pas un big deal

"YouTube nous permet de faire quelque chose qu'on attend depuis longtemps", explique Claire Leproust, chargée des développements numériques chez Capa. *Le lancement sur le web de programmes via des acteurs du web. Pour le moment, ce n'est pas un big deal qui va nous rapporter grand chose, mais plus un pari sur l'avenir.*" TF1, M6 et compagnie n'ont donc selon elle aucun souci à se faire :



C'est une toute petite chaîne ! On n'est pas D8 !



Programmes courts, décalés, sans direct et gratuits, Capa, comme les autres acteurs qui ont suivi YouTube dans l'aventure, ne cherchent pas à se muter en antenne traditionnelle, en reproduisant les formats vus sur le PAF. Mais ne visent pas moins une qualité et un façon de

travailler certifiée "comme à la télé" .

"On a la volonté d'apprendre ce qu'est la production vidéo", explique Valérie Brouchoud, présidente de Doctissimo, l'un des plus gros acteurs du web français¹. *On essaie d'obtenir une qualité télé, vous verrez. Je suis très contente de ce qu'on a fait !* **Bye-bye passion mohair** et autres exotismes du genre qui ont fait le succès du site Doctissimo et de ses incontournables forums ?



Forcément, le ton web et le ton télé ne sont pas les mêmes. On fera quelque chose à mi-chemin, en essayant de garder une proximité très forte avec les internautes, en les recevant dans nos émissions. Après, sur les forums, c'est de la libre expression... Ici, on drivera les émissions...

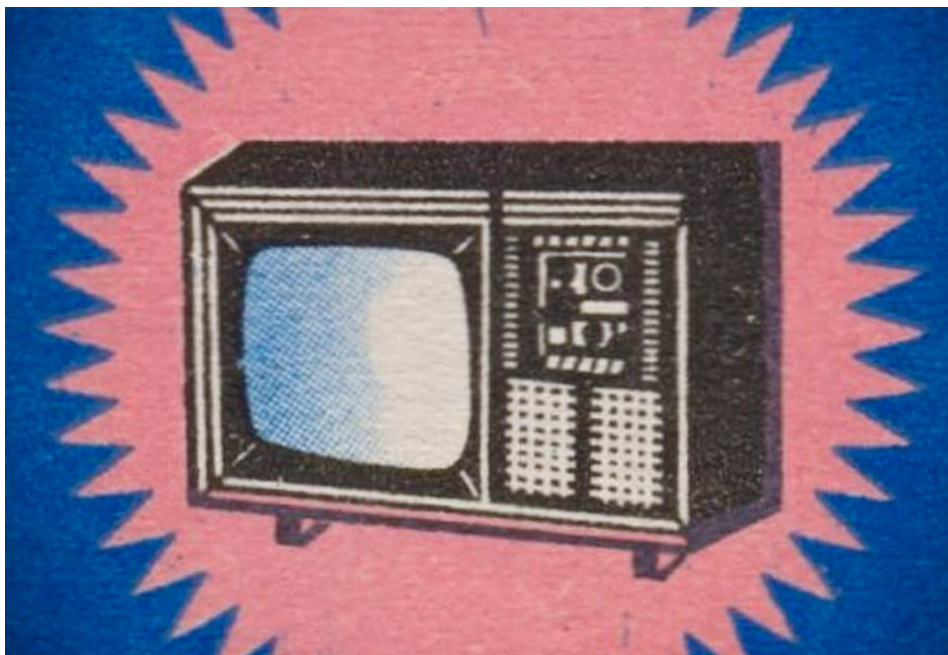


Sans un regard de Google, ajoute par ailleurs la présidente de Doctissimo : "on reste complètement indépendant sur l'ensemble de nos programmes !" Des programmes répartis entre magazines santé, grossesse, du coaching mais aussi de la fiction, et accessibles dès le 15 octobre prochain. Ils seront produits en interne et au sein de deux boîtes de production.

Un modèle également suivi par Capa, dont l'activité historique est précisément... la réalisation et la production de séries et de magazines pour le compte de chaînes de télévision au sens classique du terme. La société de production devient donc à son tour éditeur de programmes. Ce qui fait rire Claire Leproust :



Oui, on se glisse dans la peau d'une chaîne !



Début de l'histoire

Pour autant, hors de question pour Capa d'abandonner son cœur de métier : l'extension sur le Net ne vient pas rivaliser avec la relation entretenue depuis des années avec les antennes. "On se dit que ce n'est pas demain la veille que l'édition d'une chaîne YouTube sera

le Graal, poursuit Claire Leproust. *On s'y met parce qu'il faut voir qu'une audience est en train de se constituer sur Internet, avec un comportement qui n'a rien à voir avec celui de l'audiovisuel.* Même son de cloche chez Doctissimo :



***J'adorerais devenir une chaîne de télé, mais il est trop tôt pour le dire !
On n'en est pas là. On en est au tout début de l'histoire.***



Mais de l'histoire de quoi précisément ? Si les acteurs du web se défendent pour l'instant de vouloir concurrencer le PAF historique, leur démarche s'inscrit bien dans un renouvellement de ce paysage. Chez Doctissimo, sa présidente explique *"négocier avec certains acteurs comme Orange pour être présent dans leur box."* Ainsi qu'avec des *"équipementiers"*. Comprenez par là, *"Philips ou LG, afin d'être dans leurs téléviseurs"*.

La stratégie de ces nouveaux diffuseurs semble s'inscrire dans l'émergence tant redoutée de la télévision connectée. Ce que reconnaît d'ailleurs Valérie Brouchoud, qui affirme qu'elle *"ne voulait pas avoir un train de retard"* dans ce domaine. L'enjeu de ce cataclysme audiovisuel annoncé serait donc moins dans la commercialisation et l'adoption d'écran de TV branché au réseau, qui **comme l'explique très bien notre chroniqueur Laurent Chemla**, trône dans nos salons depuis un bail, mais bien plus l'adoption des acteurs du web et de leurs contenus dans nos écrans. Téléviseurs *stricto sensu*, poste d'ordinateur, téléphone, tablette entre autres spécimens du bestiaire consacré.

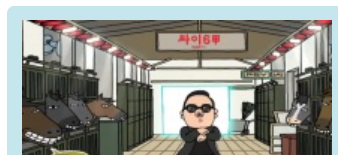
Côté YouTube, on se garde bien aussi d'évoquer une compétition directe avec les antennes françaises. *"C'est plus une démarche complémentaire que concurrentielle"*, confiait ce matin Christophe Muller, directeur des partenariats YouTube Europe du Sud, de l'Est et Moyen-Orient à *Owni*. *"Ces nouvelles chaînes sont des chaînes thématiques telles qu'il en existe déjà beaucoup sur YouTube. Il n'y a pas de programmes linéaires ou live..."* Une grille et du direct, des caractéristiques spécifiques aux chaînes du PAF.

Difficile néanmoins de savoir ce que ces dernières en pensent. Contacté à plusieurs reprises, M6 a précisé ne pas souhaiter s'exprimer sur la question. Et du côté de TF1, on reste tout aussi mutique. Google assure quant à lui discuter avec toutes les chaînes. Même si *"le marché français est peut-être plus difficile que les autres"*, concède Christophe Muller.

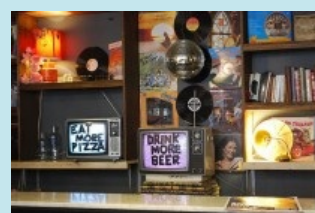
Exception culturelle Googlienne

Ce qui est sûr c'est que la plate-forme vidéo du géant américain passe la vitesse supérieure. Certes, comme le rappelle son représentant, cela fait un bail que YouTube permet à ses utilisateurs la création d'espaces thématiques. *"Nous avons déjà un embryon de chaîne sur YouTube"*, rappelle d'ailleurs la présidente de Doctissimo. Des chaînes telles que BFM TV ou Direct 8 travaillent également déjà avec YouTube, précise de son côté Christophe Muller, qui concède néanmoins : *"pas toutes, certes..."*

Ce qui change aujourd'hui, c'est la volonté du géant de Mountain View de contribuer à la création. YouTube participe en effet au financement des chaînes en leur offrant une avance sur les recettes publicitaires. On avance une fourchette comprise en 10 000 et 100 000 euros par chaîne. Impossible néanmoins de connaître le détail des versements, qui fait partie des clauses du contrat : Capa et Doctissimo n'ont pas voulu en dire plus, même si ce dernier confirme se situer quelque part dans cet intervalle. Une fois l'avance remboursée, ces mêmes gains seront distribués entre YouTube et les chaînes, selon le système de répartition mis en place à l'internationale par la plate-forme.



Un système qui n'est pas sans rappeler celui, historique, du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) : l'avance sur recettes, remboursée par les résultats d'exploitation des films soutenus par le Centre. *"Vous n'êtes pas la première à me le dire"*, sourit



RÉVÉLATIONS SUR LA
TÉLÉVISION CONNECTÉE

Fondateur de *Gandi* et
auteur des *Confessions d'un
voleur*, Laurent Chemla
publie sur *Owni* sa
deuxième ...



LE SECRET DÉMASQUÉ DE GANGNAM STYLE

L'attractivité irrésistible de la danse du cheval du rappeur coréen PSY n'explique pas le succès phénoménal de sa ...

Christophe Muller. *Après, pour être parfaitement honnête avec vous, cette initiative est partie des États-Unis, donc il est difficile de dire que c'est une copie du système du CNC. Tout est parti d'une question : "Que peut-on faire, en tant que YouTube, pour stimuler la création ?"*

Une volonté qui vaut pour le monde entier. Lancée il y a près d'un an aux États-Unis, la création de chaînes sur YouTube touche aujourd'hui l'Allemagne, la Grande-Bretagne et la France. Et ce n'est pas fini : *"nous voulons nous étendre à d'autres pays en 2013"*, confirme Christophe Muller. Après la France, voici venue l'ère de

l'exception culturelle Googlienne.

Photo par **XRayDeltaone (CC-BY-SA)**

1. 8,5 millions de visiteurs uniques, mai 2012, Nielsen [+2]

ANTOINE R

le 9 octobre 2012 - 16:38 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*C'est dommage qu'on ne puisse pas signaler simplement une faute d'orthographe...
clause de contrat ne s'écrit pas close
vous n'êtes pas obligé de publier ce commentaire s'il y a une modération...
bonne journée*

VOUS AIMEZ



VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

LE MOINE

le 9 octobre 2012 - 20:10 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



10000 a 100000 euros par chaine ne me semble pas des chiffres réalistes :)

VOUS AIMEZ



VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

3 pings

Et PAF YouTube ! | neottia nidus-avis le 10 octobre 2012 - 10:15

[...] on owni.fr Share this:TwitterFacebookJ'aime ceci:J'aimeSoyez le premier à aimer [...]

Liens vagabonds (15 oct) | Metamedia le 15 octobre 2012 - 10:39

[...] Et PAF, Youtube ! – Owni [...]

Youtube bouscule le PAF | hubee le 27 octobre 2012 - 16:31

[...] accéder à l'article, suivez ce lien. Posted on 27 octobre 2012 by hubee Catégorie : Echo-system Précédent [...]