

## ANTI-PIRATERIE

### La fermeture du site *Megaupload* par les autorités américaines entraîne une riposte d'un groupe de hackers

Date: 23/01/2012

Le 19 janvier, le Département de la Justice américain a bloqué l'accès au site Megaupload.com, l'une des plateformes de téléchargement les plus populaires et le 52ème site le plus visité au monde avec près de 50 millions de visiteurs par jour. Parallèlement, quatre employés du site, trois Allemands et un Hollandais installés en Nouvelle Zélande, ont été arrêtés par la police néo-zélandaise à la demande des autorités américaines. Des mandats d'arrêt ont été émis contre trois autres employés ; tous risquent une vingtaine d'années de prison.

Si le site Megaupload n'est pas entièrement voué au piratage, et requiert un abonnement payant de ses utilisateurs réguliers, les autorités américaines l'accusent de ne s'être pas conformé aux requêtes d'ayant-droits qui réclamaient le retrait des contenus sous copyright disponibles sur le site. Le site se serait à plusieurs reprises contenté de retirer les liens vers des contenus illégaux, sans supprimer ces derniers de ses serveurs. Megaupload affirme cependant que "la vaste majorité des données" échangées sur son site sont "légales". Les autorités américaines accusent également les responsables du site de s'être personnellement enrichis à hauteur de 175 millions de dollars grâce au site, dont l'activité aurait fait perdre un demi-milliard de dollars aux ayant-droits. Lors de l'arrestation de quatre des propriétaires du site à Auckland, dont l'Allemand Kim Schmitz dit "Kim Dotcom", la police a saisi 18 véhicules de luxe d'une valeur de cinq millions de dollars, ainsi que 11 millions de dollars. M. Schmitz aurait gagné 42 millions de dollars en 2010 grâce au site. Selon l'acte d'accusation, qui s'appuie sur la correspondance privée des prévenus, ces derniers savaient que leur site était utilisé pour échanger des contenus sous copyright.

Contrairement à d'autres sites basés entièrement à l'étranger, Megaupload utilisait des serveurs à Ashburn, en Virginie, et Washington, DC, et tombe ainsi sous le coup de la législation américaine existante (Digital Millennium Copyright Act, DMCA). Par ces arrestations et la fermeture de Megaupload, les autorités américaines entendent dissuader des sites similaires comme RapidShare et MediaFire de poursuivre leur activité.

Dans les quinze minutes suivant le blocage du site Megaupload, les hackers du groupe "Anonymous" ont riposté en rendant inaccessible celui du Département de la Justice et une série d'autres sites dont celui de Hadopi.fr, la Haute Autorité pour la Diffusion des Œuvres et la Protection des Droits sur Internet, et celui de l'Élysée. Ces attaques, qui consistent à bombarder un site de requêtes jusqu'à la saturation de l'hébergeur, ont été d'autant plus efficaces que les lecteurs du fil Twitter officiel d'Anonymous étaient mis à contribution, via un lien qui leur faisait prendre part à leur insu à des attaques ciblées contre des sites officiels américains.

[Feds shut down file-sharing site one day after Web protest](#), de Brendan Sasso, The Hill's Hillicon Valley, 19 janvier 2012

[Anonymous hackers claim to have crashed Justice Department website](#), de B. Sasso, The Hill's Hillicon Valley, 19 janvier 2012

[7 Charged as F.B.I. Closes a Top File-Sharing Site](#), By Ben Sisario, The New York Times, 20 janvier 2012

[Megaupload's wealthy, anonymous executives in spotlight](#), de Melissa Bell, The Washington Post, 20 janvier 2012

Service Economique Régional de Washington

---

### La mobilisation de l'industrie high-tech et des internautes compromet l'avenir des SOPA et PIPA

Date: 23/01/2012

Le "Protect Intellectual Property Act" (PIPA) et le "Stop Online Piracy Act" (SOPA), deux projets de loi destinés à lutter contre le piratage et protéger la propriété intellectuelle sur Internet, semblent désormais n'avoir plus aucune chance d'être adoptés par le Congrès sous leur forme actuelle. Le 18 janvier, plusieurs milliers de sites Internet, dont certains des plus emblématiques, comme Wikipedia et Craigslist (petites annonces), ont fermé pour 24 heures afin de marquer leur opposition aux textes de la Chambre et du Sénat. D'autres sites ont choisi de rediriger leurs utilisateurs vers des pétitions contre les deux projets, celle de Google ayant déjà recueilli 4,5 millions de signatures. Toute la journée, le logo habituel du moteur de recherche était barré d'un trait noir dénonçant la "censure" du web. Cette

démarche controversée (Dick Costolo, le PDG de Twitter, a jugé "idiot" qu'un débat essentiellement américain puisse entraîner la fermeture de sites mondialement connus, comme Wikipedia) a réussi à attirer une attention sans précédent sur le SOPA et le PIPA, et provoqué aussitôt le revirement de plusieurs Sénateurs qui soutenaient jusqu'alors le PIPA, parmi lesquels une étoile montante du Parti Républicain, Marco Rubio (R-FL), qui était pourtant l'un des co-sponsors du texte. Son collègue John Cornyn (R-TX), qui jusqu'alors soutenait également le PIPA, a pour sa part écrit sur sa page Facebook qu'il préférerait "un projet solide à un projet bâclé", ajoutant : "le piratage de contenu est du vol pur et simple, mais le risque de nuire à l'Internet et à l'innovation impose de rechercher un équilibre délicat, ce qui prendra du temps". Au total, 18 Sénateurs ont déjà retiré leur soutien au PIPA, tandis que nombre de Représentants prenaient position contre le SOPA.

Peu avant, le succès d'une pétition déposée sur le site de la Maison Blanche avait obligé l'exécutif à faire part de ses réserves sur le texte de la Chambre, le 14 janvier. Tout en reconnaissant que "les outils existants ne permettent pas de lutter contre les pirates agissant hors de nos frontières", la Maison Blanche se fait l'écho de craintes quant aux conséquences de la mise en œuvre du SOPA sur l'architecture d'Internet et la sécurité du réseau, en affirmant que "ces propositions de loi ne doivent pas altérer l'architecture technique de l'internet en touchant au système des noms de domaine (*Domain Name System*, DNS), au fondement même de la sécurité sur Internet". "Notre analyse des mesures de filtrage DNS contenus dans ces projets de loi indique qu'elles posent un vrai risque pour la cybersécurité", ajoute le document. La Maison Blanche indique enfin qu'elle ne soutiendra pas une loi qui "réduit la liberté d'expression [...] et nuit à un Internet mondial dynamique et innovant". Rupert Murdoch, qui dirige NewsCorp, a immédiatement [accusé le Président](#) de "soutenir les pirates" en "se rangeant à l'avis de ses maîtres de la Silicon Valley".

Les projets de loi eux-mêmes ont déjà été modifiés pour répondre aux critiques. Le 13 janvier, Lamar Smith (R-TX), Président de la Commission Judiciaire de la Chambre et auteur du SOPA, déclarait que la disposition la plus controversée du texte, le blocage via DNS, serait abandonnée. De son côté, Patrick Leahy, Président de la Commission Judiciaire du Sénat et auteur du PIPA, envisage de renoncer à obliger les fournisseurs d'accès à jouer le rôle de "policiers" de l'Internet en bloquant l'accès aux sites qui ne respectent pas le droit de propriété intellectuelle. Même privés de ces dispositions, ces projets prévoient néanmoins de supprimer le référencement des sites pirates sur les moteurs de recherche, et de couper les flux financiers ou publicitaires vers ces sites.

L'adoption de ces textes, même dépouillés du blocage via DNS, semble aujourd'hui bien compromise. Bien que la lutte contre le piratage soit une cause bipartisane, les détracteurs des PIPA et SOPA ont habilement joué de la force mobilisatrice d'Internet pour relayer la vision d'une réponse au piratage précipitée, à la portée trop vaste et aux conséquences néfastes tant pour la libre diffusion de l'information sur Internet que pour la sécurité du réseau lui-même. En particulier, l'adoption du PIPA par le Sénat, qui aurait pu n'être qu'une formalité si le texte n'avait pas été longtemps bloqué par un seul Sénateur, Ron Wyden (D-OR), semble désormais improbable. Patrick Leahy (D-VT) a renoncé à un vote sur le PIPA prévu le 24 janvier. Quant au SOPA, le chef de la majorité républicaine à la Chambre, Eric Cantor (R-VA), avait déjà décidé de ne pas le soumettre à un vote au vu de la controverse, incitant Darrell Issa (R-CA) à annoncer la "mort" du projet.

Pour le New York Times, un tel dénouement, jugé si improbable il y a encore quelques semaines, illustre la montée en puissance continue de l'Internet comme formidable moyen de pression politique, face au lobbysme plus traditionnel entrepris depuis des mois par la Motion Picture Association of America (MPAA, dirigée par l'ancien Sénateur Christopher Dodd), la Recording Industry Association of America (musique), la US Chamber of Commerce et le monde de l'édition. Dans cette bataille, les géants de l'Internet comme Google, Facebook ou Twitter, tous hostiles aux PIPA et SOPA, ne se sont cependant appuyés que sur la mobilisation des internautes : tous disposent de bureaux à Washington pour conduire leurs opérations de lobbying, et comptent parmi leurs rangs d'anciens vétérans de la politique.

[Leahy preparing amendment to online piracy bill](#), de Hayley Tsukayama, The Washington Post, 12 janvier 2012  
[Controversial provision to block websites dropped from online piracy bill](#), de B. Sasso, The Hill's Hillicon Valley, 13 janvier 2012  
[Obama Administration Responds to We the People Petitions on SOPA and Online Piracy](#), de M. Phillips, WhiteHouseBlog, 14/01/12  
[OVERNIGHT TECH: Internet piracy bill's future uncertain as House returns](#), de B.n Sasso, The Hill's Hillicon Valley, 16 janvier 2012  
[OVERNIGHT TECH: Web finds its voice in online piracy debate](#), de Gautham Nagesh, The Hill's Hillicon Valley, 18 janvier 2012  
[In Fight Over Piracy Bills, New Economy Rises Against Old](#), de Jonathan Weisman, New York Times, 18 janvier 2012

Service Economique Régional de Washington

---

## La Maison Blanche devra répondre à une pétition contre le Stop Online Piracy Act (SOPA)

Date: 09/01/2012

Une [pétition en ligne](#) demandant au Président Obama de mettre son veto aux projets du Congrès contre le piratage sur internet a atteint le nombre de voix requis pour recevoir une réponse officielle de la Maison Blanche. Le texte a recueilli plus de 46 000 signatures, alors qu'il lui en fallait 25 000 d'ici le 17 janvier pour que le gouvernement y réponde. Il vise principalement le SOPA, et « tout projet de loi futur qui menacerait la libre circulation de l'information ». Les partisans du SOPA, parmi lesquels le Président de la Commission Judiciaire de la Chambre, Lamar Smith (R-TX), principal sponsor du texte, remettent cependant en cause la pertinence de cette pétition,

estimant que leur projet y est caricaturé. Selon M. Smith, le Président Obama « soutiendra ce projet, qui est créateur d'emplois pour les travailleurs Américains, et compliquera la tâche des pirates qui volent des produits et profits américains ». Si le gouvernement Obama n'a pas pris position sur les projets de loi actuellement en discussion au Congrès, cette nouvelle pétition devrait l'obliger à le faire.

La Commission Judiciaire de la Chambre devrait se prononcer sur le SOPA en janvier. Si la teneur des débats au sein de la Commission laisse présager un vote du texte, l'adoption de ce dernier par l'ensemble de la Chambre est loin d'être assurée. Au Sénat, le Protect IP Act du Sénateur Patrick Leahy (D-VT) sera soumis à un vote le 24 janvier, après son adoption par la Commission Judiciaire en mai 2011. Ce texte a une portée un peu plus restreinte que le SOPA, dont il partage néanmoins les objectifs.

[GOP chairman expects Obama to sign anti-online piracy bill](#), de Brendan Sasso, The Hill's Hillicon Valley, 18 décembre 2011

Service Economique Régional de Washington

---

### **L'Online Protection and Enforcement of Digital Trade (OPEN), nouveau projet de loi pour contrer le SOPA**

Date: 09/01/2012

Face aux critiques suscitées par le Stop Online Piracy Act (SOPA), le Représentant Darell Issa (R-CA) et le Sénateur Ron Wyden (D-OR) ont présenté, le 8 décembre, un projet de loi alternatif pour lutter contre le piratage et la contrefaçon sur Internet. Cette nouvelle proposition bipartisane, connue sous le nom de OPEN, se refuse à bloquer l'accès aux sites étrangers illégaux, en ne ciblant que les flux financiers générés par ces sites (services de paiement et de publicités). Elle participe donc de l'approche « follow the money » promue par l'industrie high-tech. Enfin, elle donnerait l'autorité d'enquêter et de publier des ordres non plus au Département de la Justice, mais à l'International Trade Commission (ITC), déjà en charge des plaintes pour infractions de brevet.

Par la voix de la Motion Picture Association of America, l'industrie du contenu a déjà pris position contre ce projet de loi, déclarant qu'il n'allait pas assez loin pour lutter contre le piratage sur Internet.

Service Economique Régional de Washington

## **INTERNET**

### **Google +, un nouveau concurrent sérieux face à Facebook ?**

Date: 09/01/2012

Lancé en juin 2011, le réseau social de Google affiche, depuis le mois de décembre, une croissance sans précédent. Selon Paul Allen (co-fondateur de Microsoft et analyste régulier du secteur des nouvelles technologies), Google + aurait attiré près de 625 000 nouveaux membres chaque jour pendant les fêtes de fin d'année. Le nombre total d'utilisateurs, estimé aujourd'hui à 62 millions, pourrait atteindre 400 millions à la fin de l'année 2012. Plusieurs facteurs semblent pouvoir expliquer la croissance du nombre de ses usagers : la campagne publicitaire lancée à la télévision pour Google +, le succès croissant d'Android 4.0 ou encore le bouche-à-oreille et l'incontournable effet réseau, lequel semblait jusqu'à présent jouer en défaveur de Google + face à Facebook.

L'entreprise de Mark Zuckerberg reste le leader incontesté du secteur, avec ses 800 millions d'utilisateurs. Facebook avait cependant mis cinq ans à passer la barre des 400 millions. Si les prévisions de Paul Allen sont vérifiées, Google + atteindra ce seuil 18 mois seulement après sa création.

[Google+ growth up to 625K new users per day](#), de Gautham Nagesh, The Hill's Hillicon Valley, 27 décembre 2011

Service Economique Régional de Washington

## LECTURE NUMERIQUE

### Classement des applications les plus populaires au troisième trimestre 2011

Date: 13/01/2012

La société Walt Disney est arrivée en tête du classement trimestriel de SNL Kagan des applications payantes les plus populaires pour l'iPhone d'Apple Inc. au troisième trimestre 2011, grâce au succès qui ne faiblit pas de l'application *Jelly Cars 3* et aux nouveautés, telles que *Cars 2*, *ESPN Radio* et *Where's my Water ?*.

Aucun des principaux propriétaires de contenu américains n'a réussi à avoir une application classée chaque semaine dans le top 100 hebdomadaire au troisième trimestre 2011, mais le pionnier dans le secteur, Bolt Creative, a eu plus du succès avec son nouvel épisode de *Pocket God*, *Pocket God : Journey to Uranus*. Cette nouveauté s'est en effet classée dans le top 100 toutes les semaines. Les nouveaux entrants dans notre classement 'best of the best' du trimestre sont le jeu de devinette *Akinator* et l'application pour observer les étoiles *Star Walk*.

Electronic Arts a renforcé sa position dominante sur les applications payantes avec une surenchère de nouveaux titres, dont *Madden NFL 12*, *NCAA Football*, les variations sur les Sims: *Sim City Deluxe*, *The Sims 3 Ambition*, *The Sims 3 World Adventures*, *Transformers : Dark of the moon* et *Yahtzee Adventures*. Ces nouveautés ont aidé la compagnie à atteindre un record de 198 entrées dans les classements hebdomadaires de SNL Kagan au troisième trimestre 2011.

Chillingo aussi a connu une progression spectaculaire au cours de ce trimestre grâce aux nouveaux titres *Blobster* et *Contre Jour*. De même, les efforts de Zynga/Newtoy (rebaptisé « Zynga with friends » depuis le rachat de Newtoy par Zynga en 2011) avec *Hanging with friends* ont aidé la société à se classer dans les 10 premiers éditeurs au trimestre dernier. En revanche, l'évolution des goûts et préférences des consommateurs a provoqué une forte baisse dans les classements de certains éditeurs comme Outfit7, Swedish Game Development/ Donut Games, Apple et Miniclip USA.

Au final, la part des applications de divertissement dans les classements est passée de presque 15% au premier trimestre 2009 à 10% au troisième trimestre 2011. Le déclin est dû, en partie, à la disparition d'applications innovantes lancées en 2009 comme *iBeer* et *iFart*.

Ainsi, les applications qui offrent un service pourraient dépasser les applications de divertissement et devenir la première catégorie dans les trimestres à venir. Les consommateurs utilisent en effet de plus en plus leurs iPhones comme des réveils, des scanners de code-barres et des lampes de poche. L'application *Alarm Clock Pro* arrive ainsi première dans le classement des applications payantes au troisième trimestre 2011, juste avant *Akinator* et l'éternel *Angry Birds* (et ses déclinaisons).

Enfin, la demande pour les applications photo a augmenté proportionnellement aux megapixels des iPhones, avec notamment une forte popularité des applications de retouche photo comme *Hipstamatic*.

A noter, le prix moyen des applications continue de baisser et a atteint \$1.56 sur le trimestre considéré, contre \$2.68 au premier trimestre 2009.

*Cars 2 app drives Disney to the top*, SNL Kagan, 22 décembre 2011

Sonia Droulhiolle

## TÉLÉPHONIE

### L'échec de la fusion AT&T / T-Mobile

Date: 09/01/2012

Confrontés à l'hostilité des régulateurs fédéraux, AT&T et T-Mobile ont officiellement renoncé, le 19 décembre, à leur projet de fusion, le plus onéreux de l'année 2011. Portant le coup de grâce à ce projet, le Département de la Justice avait annoncé, le 13 décembre, le retrait de sa plainte contre AT&T, au motif que tout projet de fusion doit être examiné concomitamment par sa division antitrust et la FCC (laquelle avait été dessaisie du dossier par AT&T). Ainsi privé de la possibilité de défendre la fusion devant la Cour fédérale du District de Columbia, et contraint d'obtenir l'approbation d'une FCC jugée hostile, le géant des télécommunications n'avait guère d'autre choix que de renoncer à

acquérir T-Mobile. Pour Sharis Pozen, chef de la division antitrust du Département de la Justice, « les consommateurs ont gagné ».

En bloquant la fusion, le gouvernement Obama a pris en compte plusieurs éléments qui jetaient le doute sur la crédibilité des arguments présentés par AT&T en défense de son projet. L'entreprise a en effet été contrainte de transmettre à la FCC des documents confidentiels qui, selon un porte-parole de l'agence, prévoyaient « des pertes d'emplois importantes » à la suite de l'opération. Dans un autre document rendu public par erreur, AT&T estimait à « seulement » 3,8 milliards de dollars les investissements permettant l'extension du haut débit 4G à 97 % des Américains, alors que la compagnie justifie par cet objectif un rachat à... 39 milliards ! Si ces incohérences ont certainement pesé dans l'attitude des régulateurs fédéraux, celle-ci reflète avant tout le refus de tolérer, en période de crise, la disparition de l'opérateur aux plus bas tarifs (T-Mobile) et l'émergence d'un quasi-duopole dans les télécommunications.

Le blocage de la fusion a des effets contrastés sur les différents acteurs du secteur :

- **T-Mobile** : souhaitant mettre fin à ses activités aux Etats-Unis, Deutsche Telekom avait tout intérêt à voir sa filiale rachetée par AT&T au prix fort. Cette dernière bénéficie néanmoins des compensations avantageuses prévues en cas d'échec de la transaction : paiement de trois milliards de dollars, et cession de fréquences d'une valeur d'un milliard. Le partage de réseau (« roaming ») devrait également lui permettre d'étendre sa couverture actuelle. L'avenir de la compagnie est cependant loin d'être assuré à long terme, en raison de problèmes structurels : sous-investissement, marges de profit plus faibles que celles de ses concurrents et clientèle déclinante. Les offres prépayées les moins onéreuses ont tendance à cannibaliser les forfaits de l'entreprise, qui souffre de ne pas parvenir à attirer des clients « de haute valeur », faute de proposer des terminaux comme l'iPhone d'Apple. En attendant de trouver un autre acheteur, Deutsche Telekom pourrait devoir persuader ses investisseurs, habitués à de forts dividendes, de la nécessité de réaliser de nouveaux investissements dans sa filiale américaine. Le déploiement éventuel de la 4G sera un test pour la compagnie.

- **AT&T** : l'entreprise espérait que les fréquences acquises auprès de T-Mobile seraient le futur socle de la croissance de son réseau. Après s'être acquittée des compensations promises à son partenaire, elle va devoir continuer à investir pour déployer la 4G et améliorer la qualité de son réseau, notamment dans les zones urbaines très denses où ses clients se plaignent d'interruptions fréquentes de leurs appels.

- **Verizon** a profité des déboires de son principal concurrent pour prendre de l'avance, avec le déploiement d'un réseau 4G LTE qui couvre aujourd'hui 200 millions d'Américains, et l'acquisition récente de réserves de fréquences auprès des câblo-opérateurs, rendant possible l'expansion de son réseau dans les années à venir.

- **Sprint et les opérateurs régionaux**, qui voyaient leur existence menacée par la fusion, ont applaudi la fermeté des régulateurs.

[Life after a Failed Merger](#), de Matt Klassen, the telecomblog.com, 23 décembre 2011

Service Economique Régional de Washington

## CINÉMA

### Ecrans 3D dans les salles de cinéma aux Etats-Unis : bientôt la norme

Date: 23/01/2012

L'année 2011 aura connu, avec 42 productions au total, un record de sorties en salle de films en 3D.

Hormis les 2 dernières sorties 3D de décembre (*Les Aventures de Tintin : Le Secret de la Licorne* et *The Darkest Hour*), les 40 films en 3D de l'année comptabilisaient, au 18 décembre 2011, un total de \$3.14 milliards de dollars au box office américain, recettes des versions 2D et 3D combinées. Cela représente 32,8% des 9,56 milliards de dollars de box office domestique total pour 2011.

Toutefois, une sortie 3D ne garantit pas le succès en salles. Les recettes des principales productions 2011 sont très variées : de *Hell Driver* avec 10,7 millions de dollars à *Harry Potter et les Reliques de la Mort – Partie 2* avec 381 millions de dollars.

Même si la 3D n'apparaît plus comme la poule aux œufs d'or d'Hollywood, elle permet aux exploitants d'augmenter leurs revenus en faisant payer 3 à 4 dollars de plus pour un billet (voir l'article [Fréquentation des salles de cinéma aux Etats-Unis : plus le prix des tickets augmente, plus le nombre d'entrées diminue](#), 14 septembre 2011).

Les exploitants ont adopté le format et la conversion aux écrans 3D progresse rapidement. En neuf mois, les grandes chaînes de salles de cinéma ont indiqué que 8188 de leurs 19 683 écrans étaient passés au format 3D, soit un taux de pénétration de 41,6%.

Regal Entertainment Group est en tête avec 2779 écrans 3D, comptant pour 42,1% de ses 6605 écrans. AMC Entertainment Holdings Inc a le taux de pénétration le plus élevé avec 45,7%, soit 2322 écrans 3D sur 5083 au total. Marcus Corp au contraire n'a que 15,1% de ses écrans en 3D. Ses 684 écrans sont, cependant, désormais tous numériques.

Une nouvelle pourrait toutefois assombrir le tableau. Sony Corp. a en effet annoncé, en septembre dernier, que la société arrêterait de payer la facture des lunettes 3D pour ses sorties de film à partir du mois de mai 2012. Les studios ont pour l'instant supporté en partie ce coût pour aider notamment à la conversion des écrans 3D, mais la note s'alourdit : il peut en coûter 5 à 10 millions de dollars pour de très grosses sorties de film.

Déjà préoccupés par ce changement, les exploitants ont peur que d'autres studios suivent l'exemple. Le surcoût des lunettes pourrait alors être compensé par une hausse du prix des tickets de cinéma ou les exploitants pourraient carrément demander aux spectateurs de s'équiper de leur propre paire de lunettes.

Depuis 2006, le passage au numérique dans les salles de cinéma américaines s'est accéléré. Sur 2205 écrans numériques en 2006, 202 étaient des écrans 3D. Fin 2010, on comptait 15 774 écrans numériques, dont 7837 écrans 3D, permettant ainsi plusieurs sorties de film 3D en même temps.

D'après les analystes de SNL Kagan, la conversion des écrans 3D continuera ces dix prochaines années. Ils estiment que d'ici 2017, tous les écrans de cinéma aux Etats-Unis seront passés au numérique et que sur ces 39 590 écrans, 22 773 seront en 3D. Ce chiffre passerait à 24 542 écrans 3D en 2020, comptant pour 62% des 39 827 écrans.

*Digital, 3-D screens becoming the norm*, de Wade Holden, SNL Kagan, 8 décembre 2011

Nathalie Charles

---

## **Fusion Lionsgate – Summit Entertainment, naissance de la 7ème major ?**

Date: 23/01/2012

La "mini-major" Lionsgate vient d'annoncer l'acquisition de Summit Entertainment pour la somme de 421.5 millions de dollars. Cette nouvelle entité baptisée Lionsgate Entertainment deviendrait ainsi un nouveau poids lourd dans l'industrie hollywoodienne capable de concurrencer efficacement les six majors.

La mini-major Lionsgate née à Vancouver en 1997 et dont les quartiers généraux se trouvent aujourd'hui à Santa Monica en Californie, est devenue ces dernières années un des studios indépendants les plus puissants d'Hollywood. Elle dispose d'une franchise ultra-rentable, *SAW* mais a aussi à son actif une Palme d'or, *Fahrenheit 9/11*, le documentaire de Michael Moore, qui reste à ce jour son plus gros succès. Elle s'apprête à lancer en mars le premier volet d'une nouvelle franchise à gros budget : *Hunger Games* de Gary Ross.

La société, dirigée par Jon Feltheimer et Michael Burns, possède également un catalogue de plus de 13.000 titres et dispose d'un solide département production-distribution pour la télévision dont les fers de lance sont deux des séries les plus marquantes du paysage télévisuel de ces dernières années : *Mad Men* pour AMC et *Weeds* pour Showtime.

La société Summit Entertainment fondée en 1991, s'est transformée, depuis 2007, d'une société de vente internationale en une "mini-major" regroupant distribution et production. Elle a connu le succès avec le lancement en 2008 de la franchise *Twilight* (plus de 2.5 milliards de dollars de box-office sur quatre films) et dont le cinquième et dernier volet sortira au mois de novembre 2012. Le studio a connu d'autres succès avec *RED*, *Prédictions* et *Source Code* et son catalogue contient des films reconnus comme *Démoneurs* de Kathryn Bigelow, Oscar du meilleur film en 2009, et *The Ghost Writer* de Roman Polanski, Ours d'argent à Berlin en 2010.

Lionsgate voyait sa part de marché faiblir ses dernières années. Il devenait urgent pour la "mini-major" de changer de stratégie. Concurrentes auprès du public des jeunes adultes, les deux sociétés avaient déjà envisagé un rapprochement dès 2008. Les actionnaires de Summit (Participant Media et Rizvi Traverse Management) avaient également reçu une offre de Colony Capital, propriétaire de Miramax. Mais l'offre de Lionsgate semblait plus intéressante, en raison notamment de ses activités télévisées (*Mad Men*, *Weeds*, *Nurse Jackie*, *Boss*, *Anger Management*). Les discussions autour de l'accord sont redevenues possibles à dès août 2012, suite à la revente du stock d'actions Lionsgate par le milliardaire Carl Icahn.

Les deux studios fusionnés, ils continueront d'exploiter chacun leur marque comme producteurs et comme distributeurs. La division de ventes internationales de Summit fonctionnera normalement à Berlin et à Cannes, les accords passés avec les distributeurs internationaux étant valides jusque fin 2012. Lionsgate espère toutefois "doper" son département des ventes internationales grâce à ce rachat.

Les deux présidents de Lionsgate, Jon Feltheimer et Michael Burns, dirigeront la nouvelle société et viennent de nommer Rob Friedman et Patrick Wachsberger, vice-présidents en charge de la division long-métrages (regroupant les activités d'acquisition, production, distribution et ventes internationales du nouveau groupe).

Adrien Sarre

---

## **Chronologie des médias : Disparition de l'écart entre la sortie DVD et la sortie Pay Per View (PPV)/ vidéo à la demande (VOD) en 2011**

Date: 13/01/2012

2011 est une année importante pour la chronologie des médias aux Etats-Unis, puisque, selon l'étude annuelle sur les fenêtres de sorties vidéo de SLN Kagan, elle a été marquée par la disparition du décalage entre la sortie d'un film en DVD/ Blu-Ray et sa sortie en vidéo à la demande (VOD).

En 2011, les films seraient sortis en VOD en moyenne 17 jours avant leur sortie DVD et Blu-Ray. En 2010, l'écart entre la sortie en DVD et la sortie VOD avait déjà été réduit à 4 jours. Cette tendance s'est donc confirmée en 2011.

Le secteur du cinéma indépendant est même allé plus loin en termes d'expérimentations : un nombre significatif de films indépendants sont sortis en VOD 100 jours ou plus avant la date prévue pour le DVD. Certains ont même été diffusés en VOD avant leur sortie au cinéma.

A noter, les films ayant le plus de succès au box office ont tendance à sortir en VOD en même temps qu'en DVD, ou seulement quelques jours après. Selon les recherches de SNL Kagan, la fenêtre moyenne DVD – PPV/VOD pour les films qui ont une recette supérieure à 100 millions de dollars est en moyenne de 4 jours sur l'année 2011. Ceux qui amassent entre 60 et 100 millions de dollars sortent en PPV/VOD environ 2 jours après leur sortie DVD. Quant aux films qui ont une recette entre 10 et 60 millions de dollars, ils sortent en PPV/VOD un ou deux jours avant leur sortie DVD. Finalement, les films qui ont une recette inférieure à 10 millions de dollars – donc essentiellement des films indépendants – débutent en PPV/VOD avec environ 35 jours d'avance sur la sortie DVD et Blu-Ray.

Parmi les studios étudiés, Dreamworks Animation a la fenêtre DVD à VOD la plus longue, soit en moyenne 14 jours. Columbia, chez Sony Corp., Fox, chez New Corp., Walt Disney et Paramount chez Viacom sortent leurs films en PPV/VOD 2 à 4 jours après leur sortie DVD et Blu-Ray. Summit, en revanche, sort ses films en VOD en moyenne 9 jours avant leur sortie sur DVD.

Dans son étude, SNL Kagan a rassemblé les 50 fenêtres les plus longues et les plus courtes pour les films ayant rapporté plus de 10 millions de dollars entre 2002 et 2011 aux Etats-Unis. C'est le film français « Océans » de Jacques Perrin qui remporte la palme de la fenêtre la plus longue avec 163 jours d'écart.

*Video-to-PPV/VOD window disappears in 2011*, SNL Kagan, 22 décembre 2011

Sonia Droulhiolle

## **TÉLÉVISION**

---

### **Euronews et ABC News inaugurent une coopération inédite**

Date: 19/01/2012

[Euronews](#), chaîne internationale d'information leader en Europe et [ABC News](#), référence des chaînes d'information aux États-Unis, ont annoncé, ce 19 janvier, un accord de coopération unique dans la perspective d'élections cruciales des deux côtés de l'Atlantique. Dans le cadre de ce partenariat, Euronews ouvrira prochainement un bureau à Washington.

Selon les termes de l'accord, les correspondants et experts d'ABC News ainsi que la présentatrice phare, Christiane Amanpour, fourniront une analyse régulière de la politique américaine et des faits marquants de l'actualité, en exclusivité pour Euronews, dans une série d'interviews et de duplex. En retour, Euronews mettra à disposition d'ABC News des sujets d'actualités exclusifs couvrant les affaires européennes, dont les prochaines élections en Europe. Euronews met également à la disposition d'ABC News sa couverture d'événements internationaux.

Par cet accord, Euronews accède aux vastes ressources d'ABC News NewsOne, son service de dépêches nationales et internationales, via des directs et des différés proposés par ABC News et toutes ses filiales américaines.

Pour les prochaines élections aux Etats-Unis, en France, en Allemagne, en Italie mais également en Russie, les deux rédactions partageront leurs contenus afin d'enrichir mutuellement leur ligne éditoriale, au profit d'une large audience en Amérique et en Europe.

Lucian SARB, Directeur de la Rédaction d'Euronews, indique que "le partenariat Euronews – ABC est la plate-forme idéale pour une parfaite couverture des actualités des deux côtés de l'Atlantique. C'est une collaboration qui permettra une plus grande réactivité face aux derniers soubresauts de l'actualité, en apportant une forte valeur ajoutée au contenu et une priorité aux exclusivités pour l'antenne et le site Internet d'Euronews".

Il ajoute que "les analyses croisées d'Europe et des États-Unis apporteront une compréhension globale et profonde de ce qui est en jeu en 2012, sur le plan économique, social ainsi que sur les orientations politiques. Grâce à ce partenariat, nous ouvrons une nouvelle fenêtre d'information sur les affaires internationales majeures, des Etats-Unis à la France, des élections en Russie aux plus grands défis de la planète en 2012. Tout cela, au service de nos téléspectateurs toujours plus nombreux dans le monde".

---

## Compétition des International Emmy Awards 2012

Date: 18/01/2012

The International Academy of Television Arts & Sciences est une organisation qui représente tout l'éventail des métiers liés à la télévision, dont Internet et les technologies mobiles avec des membres répartis dans plus de 50 pays et représentant plus de 500 sociétés.

L'Académie organise chaque année un certain nombre d'événements dont : les International Emmy Awards, au mois de novembre, à New York ; les International Digital Emmy Awards, au MIPTV, en avril ; l'International Emmy World Television Festival, ainsi qu'une série d'événements réservés à ses membres. L'Académie vient également d'annoncer la création du tout premier International Emmy Kids Awards, pour lequel six nouvelles catégories ont été créées, et dont les prix seront remis à New York en Février 2013.

L'Académie a été fondée en 1969 afin de reconnaître l'excellence des programmes télévisés produits et originalement diffusés en-dehors des Etats-Unis en présentant l'Emmy Award. Parmi les programmes et comédiens français nominés et/ou récompensés ces 5 dernières années figurent Thierry Frémont en 2005, avec la remise du prix *Best Performance by an Actor* pour son rôle dans *Dans La Tête Du Tueur* (TF1), *Cult*, en 2006, dans la catégorie *Interactive Program* (Streampower), *Nuit Noire, 17 Octobre 1961*, toujours en 2006, dans la catégorie *TV Movie/Mini-Series* (Cipango), Muriel Robin en 2007, avec la remise du prix *Best Performance by an Actress* pour son rôle dans *Marie Besnard, l'empoisonneuse* (TF1), et enfin l'année dernière, la série *Engrenages* nominée dans la catégorie *Drama Series*. Au total, une douzaine de programmes français ont été nominés ou primés, depuis 2005.

La compétition des International Emmy Awards compte aujourd'hui 20 catégories dont Arts Programming, Best Performance by an Actor, Best Performance by an Actress, Comedy, Current Affairs, Digital Program: Children & Young People, Digital Program: Fiction, Digital Program: Non-Fiction, Documentary, Drama Series, Kids: Preschool, Kids: Animation, Kids: Factual, Kids: Non-Scripted Entertainment, Kids: Series, Kids: TV Movie/Mini-Series, News, Non-Scripted Entertainment, Telenovela et TV Movie/Mini-Series.

Chaque année au mois de novembre, l'Académie organise un festival de télévision durant lequel tous les programmes nominés sont représentés, et qui permet aux producteurs, réalisateurs et acteurs de ces programmes de présenter leur travail. Plus de 700 professionnels de la télévision participent au festival.

Le gala des International Emmy Awards, au cours duquel les gagnants sont annoncés, a lieu le lendemain de la fermeture du festival. Il réunit plus de 1000 professionnels des médias venus du monde entier.

La compétition des International Emmy Awards pour l'année 2012 est ouverte. La date limite d'entrée est le 15 Février 2012. Afin d'être admissible à la compétition, un programme doit avoir été en majorité produit hors des Etats-Unis et diffusé pour la première fois en-dehors du territoire américain en 2011 (entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre). Les règles de la compétition sont disponibles en ligne : [www.iemmys.tv/awards\\_entry.aspx](http://www.iemmys.tv/awards_entry.aspx)

Les inscriptions n'étant pas remboursables, il est hautement recommandé de lire intégralement les *Rules & Regulations* dans leur intégralité avant d'envoyer sa candidature.

Le coût de l'inscription varie en fonction de la langue du programme. Si celui-ci a été produit dans une langue autre que l'anglais, les frais d'entrée dans la compétition sont de 350\$ et le programme doit impérativement être sous-titré ou doublé en anglais. Si le programme a été directement produit en anglais, les frais sont de 400\$.

Pour toute information supplémentaire, prière de contacter les International Emmy Awards à l'adresse email suivante : [awardsdept@iemmys.tv](mailto:awardsdept@iemmys.tv)

Géraldine Durand

## La télévision en direct sur iPad – Bilan de l'année 2011

Date: 17/01/2012

L'iPad est en train de devenir une plate-forme privilégiée pour la télévision en direct. Le nombre d'opérateurs de la télévision payante américains proposant leurs chaînes télévisées en linéaire sur l'iPad a fortement progressé en 2011, avec l'arrivée de DirecTV, Bright House Networks et Cox Communications. Selon l'estimation la plus optimiste, un tiers des américains abonnés à une offre de télévision payante seraient maintenant concernés par cette offre, même si les utilisateurs de tablettes représentent une sous-catégorie modeste, soit 18.1 millions de personnes fin 2011.

Avec l'arrivée de ces trois nouveaux fournisseurs, le nombre d'abonnés ayant accès à ce service est monté à 36.5 millions, soit 42% du total des abonnés aux Etats-Unis (Ces chiffres prennent en compte les abonnés de DirecTV, Time Warner Cable, Bright House et Cox.).

Si on ajoute les abonnés de DISH Network, qui peuvent accéder au contenu en *streaming* via la fonctionnalité intégrée Sling, le total atteint 50.3 millions, ou 57% de tous les abonnés à la fin du troisième trimestre 2011.

Cox Communications s'est lancé sur le marché de la TV linéaire sur tablettes à la fin de l'année 2011 avec son application Cox Tv Connect qui propose un bouquet de 35 chaînes. Comcast, de son côté, a lancé son service, intitulé AnyPlay, le 10 janvier 2012, dans les régions de Denver et Nashville. La société propose l'accès aux chaînes linéaires sur tablettes (iPads et bientôt Motorola) aux abonnés d'Xfinity HD Triple Play de ces deux villes.

La programmation des chaînes reste cependant un sujet sensible. DirecTV a lancé son service fin octobre avec un total de 38 chaînes. Si les principales chaînes du câble sont proposées, l'offre reste très réduite par rapport aux chaînes disponibles sur la télévision aux abonnés de l'opérateur satellite.

Time Warner Cable, de son côté, a franchi la barre des 100 chaînes disponibles, mais le processus a été long et difficile. Les relations restent tendues avec Viacom qui voulait une rémunération supplémentaire pour la diffusion de ses chaînes sur l'iPad (Voir l'article [Time Warner Cable retire des chaînes de son application iPad](#)). Le deuxième opérateur du câble du pays distribue maintenant 140 chaînes, grâce à l'ajout de 37 chaînes espagnoles début Novembre. Ces dernières ne sont accessibles que par les abonnés au "package" *El Paquetazo*.

Finalement, si on ne prend pas en compte les utilisateurs de Sling, Cablevision reste l'unique opérateur à garantir l'accès à presque toutes ses chaînes, avec près de 300 disponibles sur tablette.

Leur objectif allant au-delà d'une diffusion exclusive sur l'iPad, il est essentiel pour les opérateurs d'acquiescer les droits de diffusion du contenu en *streaming*. Le but est de diffuser sur d'autres appareils, comme les consoles X-Box, projet sur lequel travaille Verizon actuellement. Ces droits sont également cruciaux pour les offres de TV Everywhere, celles sur mobile et autres nouveaux marchés potentiels.

Une analyse du nombre de téléchargements des applications donnant accès à ces chaînes sur tablettes permettrait de mesurer l'intérêt porté au service, mais les statistiques sur le sujet sont peu nombreuses. Cablevision a annoncé qu'à la fin du troisième trimestre 2011, la société comptait 560 000 utilisateurs uniques, soit 20% de ses abonnés. Chez Time Warner Cable, plus de 600 000 utilisateurs ont téléchargé l'application depuis Juillet 2011. Il n'y a pas de chiffre plus récent, mais le modèle classique de ces applications se caractérise généralement par une forte demande initiale suivie d'une chute importante.

L'analyse de SNL Kagan des classements hebdomadaires pour les applications sur le troisième trimestre 2011 montre que les applications comme Xfinity de Comcast, et celles de DirecTV et Time Warner Cable sont très populaires les six à douze semaines suivant leur lancement avant de disparaître ensuite progressivement des classements.

*Cable, DBS operators extend iPad reach*, SNL Kagan, 28 novembre 2011

[The Cox iPad App Cuts Out STB Involvement](#), de Linda Hardesty, The Cable 360.net network, 6 décembre 2011

[Comcast's AnyPlay Brings Live TV to iPad](#), iPhonehacks, 10 janvier 2012

Sonia Drouhiole

### Le nombre de titres disponibles en Vidéo à la Demande (VOD) explose en 2011

Date: 23/01/2012

Le nombre de titres disponibles au sein des offres VOD des opérateurs de la télévision payante aux Etats-Unis a fortement progressé en 2011. Cette évolution s'explique en partie par la concurrence accrue des offres VOD sur Internet, qui stimule les opérateurs, et par l'apparition de modes de stockage moins chers et plus efficaces. SNL Kagan a évalué le nombre moyen de titres disponibles par mois pour les principaux opérateurs du câble américains et Verizon à 16 000 titres fin 2011, soit un bond de 51% en un an. Si on ne prend pas en compte les moyennes mensuelles mirobolantes de Verizon et Comcast, 35 000 et 30 000 respectivement, le nombre moyen de titres en VOD disponibles par mois au sein des offres des autres opérateurs atteint presque 11 000, soit une hausse de 36% depuis 2010.

Au cours de l'année 2011, Verizon a presque doublé le nombre de titres disponibles sur son service en passant de 18 000 à 35 000, et devient ainsi leader sur ce marché. La compagnie Mediacom Communications affiche la progression la plus faible, même si son total mensuel de 8 000 titres la range parmi les sociétés importantes comme Suddenlink Communications, Cablevision System et Charter Communications.

Le nombre de titres disponibles par mois reflète l'augmentation en volume des sélections VOD pour les consommateurs sur une période de 30 jours, mais il n'est pas un équivalent direct du nombre de titres disponibles à un moment donné. La majorité des opérateurs proposent un total de titres simultanés plus restreint, et le total mensuel est gonflé par le renouvellement constant des programmes. Time Warner a par exemple indiqué un total de 16 000 options par mois, soit une augmentation de 60% par rapport à son chiffre de référence 2010. Pourtant, si on fait la liste des émissions télévisées, des films et des clips musicaux, ce sont plutôt 5 000 titres qui sont disponibles simultanément sur le site.

Le nombre de titres par mois, même gonflé, permet de donner un point de comparaison entre les capacités des opérateurs et leurs intentions. Ce chiffre est devenu une façon classique d'évaluer les services de VOD, et permet, grâce à une évaluation annuelle, de se faire une idée de la croissance quantitative de ce marché.

L'efficacité accrue du stockage central et l'introduction de l'*Internal Content Delivery Network* ou CDN (ordinateurs reliés en réseau via Internet mettant à disposition du contenu, multimédia ici, à des utilisateurs) permettent de proposer plus de contenu. La différence entre le nombre de titres par mois et la sélection simultanée disponible serait en augmentation, du fait de la tendance à rafraîchir constamment le contenu de prime-time, comme le montrent les initiatives de Comcast avec TV on Demand et Cox avec MyPrimeTime.

Le nombre de titres, à la fois simultanés et absolu, est néanmoins en hausse et devrait continuer à augmenter. Les opérateurs les plus importants, y compris Comcast, Time Warner et Verizon, qui ont adopté très tôt des CDNs et dont les offres sont importantes, mettent en avant le potentiel de ces services. Les opérateurs secondaires devraient suivre rapidement leur exemple.

Sur le long terme, la VOD sur téléviseurs pourrait offrir le même service que les applications de TV Everywhere – telles que l'Xfinity de Comcast, qui propose 180 000 titres (Lire l'article [Les services TV Everywhere des câblo-opérateurs vs les offres Over the Top](#), Mediamerica, 10 novembre 2011).

Le nombre de foyers ayant accès à la VOD a légèrement augmenté au troisième trimestre 2011, avec 44.2 millions de domiciles concernés pour le câble et presque la totalité des 7.6 millions d'abonnés aux services IPTV de FiOS (Verizon) et U-verse (AT&T).

Selon les rapports des sociétés et les estimations de SNL Kagan, les opérateurs du câble, des télécommunications et du satellite proposent un service de VOD à 59% des abonnés à une offre de télévision numérique aux Etats-Unis. Si on exclut les offres satellitaires, ce chiffre passe à 96% du total.

*Operators pump up VOD selections in 2011, average title count climbs*, SNL Kagan, 29 décembre 2011

Sonia Drouhiole

---

## **Nouveau site Internet de vidéo à la demande aux Etats-Unis : Prescreen, découvrez un nouveau film par jour**

Date: 19/01/2012

Lancée au mois de septembre 2011, [Prescreen](#) est une plateforme de diffusion sur Internet qui propose essentiellement des formats longs, généralement des films, mais aussi des concerts. L'objectif du site est de proposer aux réalisateurs et distributeurs un canal de distribution alternatif aux modes de distribution traditionnels.

Après s'être inscrit gratuitement sur le site, l'abonné reçoit, chaque jour, une suggestion de titre. Il peut le louer pour 4\$ le jour-même ou pour 8\$ dans les 60 jours qui suivent. Une fois le visionnage du film commencé, l'utilisateur a 48h pour le terminer. Il lui est également possible de le recommander à des amis et si trois d'entre eux louent le film, l'abonné gagne des crédits comptabilisés dans un outil appelé TrendSpotter. Il est possible de gagner des crédits quand on fait partie des premiers à louer le film, soit 5% d'un total d'au moins 20 abonnés.

Le propriétaire du contenu récupère 50% des gains du programme sur le site, ainsi que des informations précises sur le nombre de visionnages, la tranche d'âge des spectateurs, la ville où ils vivent et leurs centres d'intérêts. Ces informations vont notamment permettre au site de faire de la publicité visée (*targeted online marketing*).

A long terme, le site souhaite pouvoir proposer des captations de spectacles de type *one man show*, avec, entre autres, un lien vers un site où acheter des places. Prescreen a récemment innové en proposant tous les trailers disponibles des films sélectionnés au Festival de Sundance qui se déroulera du 19 au 29 janvier à Park City.

Le site comptait déjà 50 000 utilisateurs à la fin de l'année 2011 et en compte, en moyenne, 1000 supplémentaires par jour.

Les programmes peuvent être diffusés sur Prescreen avant leur sortie en salles, pendant leur programmation en salles, quand ils sont en DVD ou en vente sur Internet, mais Prescreen doit être le seul site de location en ligne où il est proposé pendant la période d'exploitation sur le site.

Prescreen n'est pour le moment accessible que sur Internet, mais souhaite être prochainement présent sur iPad, téléphones portables et télévisions connectées.

[AFM 2011: Ex-Groupon Executive Takes New Venture Prescreen to Santa Monica](#), de Georg Szalai, Hollywood Reporter, 04/11/11  
[Prescreen Offers Trailers for Sundance Film Festival Movies](#), de Georg Szalai, The Hollywood Reporter, 10/01/12

Géraldine Durand

---

## **Nouveau site Internet de vidéo à la demande aux Etats-Unis : Constellation, Your Online Movie Theater**

Date: 19/01/2012

Lancé à la fin de l'année 2011, [Constellation](#) est un site qui propose des diffusions sur Internet programmées, dotées d'outils sociaux, et suivies de discussions avec les réalisateurs ou acteurs du film diffusé. Selon les propres termes des représentants de la société, basée à New York et Los Angeles, "De la même manière que les modes de consommation du contenu ont fortement évolué ces dernières années, avec les services de VOD sur abonnement de type Netflix et les locations et téléchargements en ligne sur iTunes, YouTube, Facebook et autres, Constellation propose une nouvelle forme de distribution des films".

Les "tickets" pour assister à une diffusion varient entre 3,99\$ et 6,99\$, soit un prix inférieur au prix moyen d'une place de cinéma aux Etats-Unis ([7,89\\$ en 2010 selon la MPA](#)).

La plupart des films sont accompagnés d'une discussion avec le réalisateur ou un des acteurs via webcam après et pendant la diffusion. Parmi les derniers intervenants figurent Albert Maysles pour *Grey Garden* et Rob Epstein pour le documentaire *The Life and Times of Harvey Milk*.

Il est précisé sur le site Internet, "qu'à la différence des autres plateformes de diffusion, Constellation propose une expérience sociale, les utilisateurs ayant la possibilité d'inviter leurs amis, de regarder le programme en même temps qu'eux et d'interagir avec le réalisateur". Ainsi, selon le site, Constellation proposerait l'expérience se rapprochant le plus d'un visionnage en salle de cinéma, à l'exception près qu'elle permet de visionner le contenu même quand celui-ci n'est pas proposé dans une salle près de chez soi et n'est pas encore disponible sur d'autres sites.

La société propose à ses partenaires un partage des revenus avec la possibilité de géo-bloquer le contenu en fonction des codes postaux : cela permet notamment au site de ne pas faire de concurrence à une projection simultanée en salles dans une ville donnée.

[Constellation Launches Virtual Theatrical Exhibition Service](#), de Georg Szalai, The Hollywood Reporter, 15 novembre 2011

Géraldine Durand

## RADIO

### La radio sur Internet Pandora dans la majorité des véhicules américains d'ici 5 à 7 ans

Date: 23/01/2012

La société Pandora Media a annoncé, à la fin de l'année 2011, sa volonté d'être présente dans la majorité des véhicules américains d'ici 5 à 7 ans. Elle apparaît ainsi comme un sérieux concurrent à Sirius XM Radio (voir un article explicatif sur [les radios satellites numériques](#) et l'article [Un million d'abonnés en plus pour Sirius XM Radio en 2010 soit 20 millions de membres au total](#) du 16 décembre 2010, Mediamerica).

Pandora a déjà signé des accords de partenariat avec plus d'une douzaine de constructeurs automobiles, dont Hyundai, Lincoln et Cadillac, qui permettent d'écouter la radio en *streaming* grâce aux systèmes embarqués dans leurs véhicules.

Quant à la concurrence faite à Sirius, le directeur financier de Pandora, Steven Cakebread a expliqué, lors d'une conférence de presse fin 2011, qu'il y avait la place pour les deux radios sur ce marché, leurs offres étant complémentaires. Sirius est un service payant qui est surtout réputé pour les émissions d'animateurs populaires comme Howard Stern. De son côté, Pandora est un service gratuit avec publicité, ou, sans publicité pour 36 dollars par an et qui propose essentiellement de la musique.

Pour Steven Cakebread, l'équipement des véhicules est important car la qualité du son est bien meilleure quand la radio est diffusée en *streaming* à travers un système intégré plutôt qu'à partir d'un Smartphone. D'autre part, ce système est moins dangereux d'utilisation lorsqu'on est au volant. Selon lui, Pandora devrait être proposée dans la majorité des véhicules américains d'ici quelques années. Cela permettra à la société de se développer, car si son chiffre d'affaire a doublé au deuxième trimestre fiscal de 2012, les pertes ont, elles aussi, augmenté.

Pandora pourrait également se développer grâce à Roku, un boîtier qui permet le *streaming* de contenu Internet sur sa télévision. Pandora a désormais son propre bouton sur les télécommandes de certains appareils Roku.

*Pandora expects to be in most US vehicles in 5 to 7 years*, SNL Blogs, 10 novembre 2011

Sonia Droulhiolle

## MUSIQUE

### Festival GlobalFest 2012 à New York

Date: 20/01/2012

Le festival [GlobalFest](#) (Musique du monde) a de nouveau reçu un accueil public et presse exceptionnel. Co-initié par les services culturels de l'Ambassade de France aux Etats-Unis et des producteurs new-yorkais il y a 8 ans, cet événement est devenu un rendez-vous incontournable pour les professionnels nord-américains participants à la conférence annuelle de l'[APAP](#) (Association of Performing Arts Presenters) et le public new-yorkais.

Le GlobalFest s'est déroulé le dimanche 8 janvier dans les trois salles du Webster Hall. 12 artistes du monde entier étaient invités cette année dont 5 groupes francophones : le groupe de *Bélo* (Haïti) que les Services Culturels de l'Ambassade de France avait déjà soutenu suite au tremblement de terre, la chanteuse *Mayra Andrade* (Cap Vert et France), le groupe franco-malien *SMOD* (qui a pour chanteur le fils du duo *Amadou et Mariam*), le musicien chinois *Wang Li* (refugié à Paris depuis une dizaine d'années), et la chanteuse française *ZAZ*. Les autres artistes présents venaient d'Italie, d'Ethiopie, du Brésil, de Colombie, d'Irlande, d'Israël et des Etats-Unis.

Le festival a de nouveau affiché complet, 1 600 personnes dont environ 500 programmateurs professionnels. Les retours dans les médias américains (presse écrite et radios) ont été très importants. A noter de grands articles dont celui du New York Times le 10 janvier et plusieurs émissions de radio dont la National Public Radio (NPR) ou encore la grande radio new-yorkaise WNYC.

Emmanuel Morlet