Le cinéma à haut débit

Autor(en): **Guido, Laurent**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Film : revue suisse de cinéma**

Band (Jahr): **- (2001)**

Heft 18

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-932796

Nutzungsbedingungen

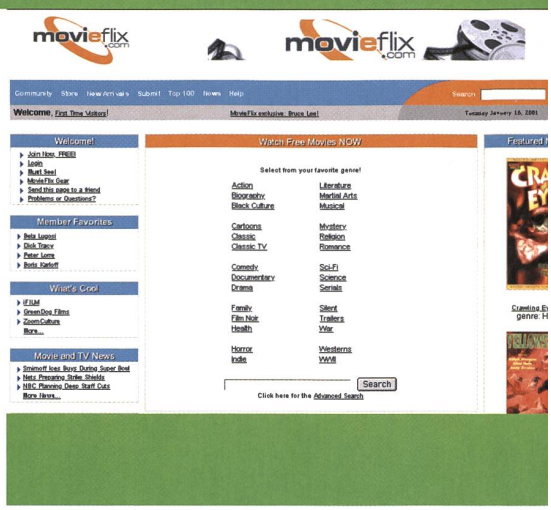
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch



Le cinéma à haut débit

Si l'aspect promotionnel d'internet a déjà séduit l'industrie cinématographique, qu'en est-il de la diffusion des films sur le *web*? Pour l'instant, les sites qui proposent des longs métrages restent peu nombreux. Bien des problèmes subsistent, notamment techniques, dans un secteur pourtant assuré d'un bel avenir.

Par Laurent Guido

Transmettre rapidement de l'image en mouvement sur internet reste une tâche difficile, surtout si l'on considère la durée des longs métrages de cinéma. Les moyens techniques nécessaires s'avèrent pour l'instant insuffisants, tant du côté de la source de diffusion que du réseau de circulation et, évidemment, de l'utilisateur. Peu d'internautes sont en effet équipés du matériel pointu permettant le téléchargement ou le *streaming*[1] de longues séries d'images animées.

Le minimum requis consiste en une installation dite de haut débit, encore peu répandue. Mais les spécialistes assurent que ce retard sera vite rattrapé, annonçant une généralisation de ce type de connection pour 2003-2005. Les problèmes d'encombrement et d'étranglement des lignes pourront alors être surmontés grâce à un décuplement de la vitesse de transfert des images et des sons. Pour l'heure, le coût demeure donc extrêmement élevé et nécessite de la part des diffuseurs des investissements importants.

Sites américains

Aux Etats-Unis, l'industrie du cinéma prépare sérieusement ses plans de distribution de films sur le *web*: en témoignent les récentes fusions entre des *majors companies* et des ténors de la communication-monde (Vivendi-Universal, AOL-Time Warner...). En attendant la mise au point d'un système commun à ces grandes corporations, ce sont surtout des sites marginaux qui proposent des films sur internet, le plus souvent d'anciens films de genre à petit budget. Par exemple, ‹kkrs.net› offre 280 films gratuits et 134 payants. Le prix est modeste: un peu plus de 3 francs pour trois jours de visionnage à volonté d'un film ou 8 francs pour un forfait d'un mois. Mais il faut tenir compte de la qualité inégale des copies, les films étant le plus souvent numérisés depuis de simples bandes vidéos. ‹Movieflix.com› propose quant à lui 2000 films, courts et longs, parmi lesquels quelques classiques signés Orson Welles, Howard Hawks, Fritz Lang ou Henri-Georges Clouzot.

Du côté de la France

Internet est considéré par de nombreux membres de l'industrie française du divertissement comme une chance pour une production nationale qui cherche à développer ses accès au marché mondial. Des films réputés introuvables ou difficiles à voir pourraient également bénéficier de cette nouvelle vitrine. C'est le projet de ‹primefilm.com›, qui met en ligne des avant-premières et des événements comme le Mois du film invisible. Pour sa part, ‹liberafilms.com› offre 80 longs métrages parvenus au terme de leur distribution en salles, en vidéo et à la télévision (Fr. 4.60 par titre) et 150 courts métrages (gratuits). Le site marche bien: un mois après son lancement, en juillet 2000, il comptait déjà 35 mille visiteurs, dont plus de la moitié en provenance de l'étranger.

Par ailleurs, des entreprises plus ambitieuses sont en train de voir le jour. Pangea Web Diffusion réunit ainsi un groupe de producteurs indépendants forts d'un catalogue de 200 titres récents comme «La haine», «Ressources humaines» ou «La vie rêvée des anges». Autre exemple, TF1 développe sans cesse son secteur internet et planche sur des projets à court terme de diffusion de ses produits cinéma. La télévision et internet sont effectivement appelés à se rapprocher de plus en plus. Mais on peut douter que les grandes sociétés de distribution renoncent pour autant au système traditionnel de diffusion dans les salles de projection. Cette étape de première exclusivité des produits demeure trop lucrative pour être abandonnée au profit d'une diffusion immédiate sur le *web*. Ce nouveau «support» constituera probablement une alternative au marché de la location des films, en tout cas dans un premier temps. ■

1. Flux de sons ou d'images diffusé en temps réel sur internet. Cette méthode présente l'avantage de pouvoir lire ou afficher les informations sans attendre la fin du téléchargement.