L'Euro 2016 de football, c'est pour bientôt

L'Espagne, double tenante du titre, l'Allemagne, sacrée championne du monde en 2014, l'Angleterre, le Portugal, la Belgique, l'Italie et la Russie ont toutes rendez-vous du 10 juin au 10 juillet prochain pour affronter à domicile l'équipe de France de football, souvent en forme quand elle joue à domicile.

Cette édition devrait permettre aux médias qui la diffuseront d'enregistrer des audiences importantes puisque les rencontres auront lieu en France ! Les matchs se dérouleront au Stade de France (Saint-Denis), au Stade Vélodrome de Marseille, au Stade des Lumières de Lyon, au Stade Pierre Mauroy de Lille, au Parc des Princes de Paris mais aussi au Nouveau stade de Bordeaux, à l'Allianz Riviera de Nice, à Toulouse, à Saint-Etienne et à Lens, à des horaires bien sûr hyperfavorables.

Le calendrier des rencontres et leurs diffuseurs

Date	Horaire	Match	Diffusé sur
10 juin	20 h 00	France / Roumanie	TF1 - beIN
11 juin	14 h 00	Albanie / Suisse	TF1 - beIN
	17 h 00	Pays de Galles / Slovaquie	beIN
	20 h 00	Angleterre / Russie	M6 - beIN
12 juin	14 h 00	Turquie / Croatie	TF1 - beIN
	17 h 00	Pologne / Irlande du Nord	beIN
	20 h 00	Allemagne / Ukraine	TF1 - beIN
13 juin	14 h 00	Espagne / République Tchèque	beIN
	17 h 00	République d'Irlande / Suède	beIN
	20 h 00	Belgique / Italie	M6 - beIN
14 juin	17 h 00	Autriche / Hongrie	beIN
	20 h 00	Portugal / Islande	TF1 - beIN
15 juin	14 h 00	Russie / Slovaquie	beIN
	17 h 00	Roumanie / Suisse	TF1 - beIN
	20 h 00	France / Albanie	TF1 - beIN
16 juin	14 h 00	Angleterre / Pays de Galles	beIN
	17 h 00	Ukraine / Irlande du Nord	beIN
	20 h 00	Allemagne / Pologne	M6 - beIN
17 juin	14 h 00	Italie / Suède	TF1 - beIN
	17 h 00	République Tchèque / Croatie	beIN
	20 h 00	Espagne / Turquie	M6 - beIN
18 juin	14 h 00	Belgique / République d'Irlande	TF1 - beIN
	17 h 00	Islande / Hongrie	beIN
	20 h 00	Portugal / Autriche	TF1 - beIN
19 juin	20 h 00	Suisse / France	M6 - beIN
	20 h 00	Roumanie / Albanie	beIN
20 juin	20 h 00	Slovaquie / Angleterre	TF1 - beIN
	20 h 00	Russie / Pays de Galles	beIN
21 juin	17 h 00	Irlande du Nord / Allemagne	beIN
	17 h 00	Ukraine / Pologne	beIN
	20 h 00	Croatie / Espagne	TF1 - beIN
	20 h 00	République Tchèque / Turquie	beIN
22 juin	17 h 00	Islande / Autriche	beIN
	17 h 00	Hongrie / Portugal	beIN
	20 h 00	Suède / Belgique	M6 - beIN
	20 h 00	Italie / République d'Irlande	beIN
25 juin	14 h 00	Huitième de finale 1	beIN
	17 h 00	Huitième de finale 2	beIN
	20 h 00	Huitième de finale 3	beIN
26 juin	14 h 00	Huitième de finale 4	beIN
	17 h 00	Huitième de finale 5	beIN
	20 h 00	Huitième de finale 6	beIN
27 juin	17 h 00	Huitième de finale 7	beIN
	20 h 00	Huitième de finale 8	beIN
30 juin	20 h 00	Quart de finale 1	beIN
1er juillet	20 h 00	Quart de finale 2	beIN
2 juillet	20 h 00	Quart de finale 3	beIN
3 juillet	20 h 00	Quart de finale 4	beIN
6 juillet	20 h 00	Demi-finale 1	beIN
7 juillet	20 h 00	Demi-finale 2	beIN
10 juillet	Finale	M6 - beIN	

En 2013, trois chaînes se sont partagé les droits de diffusion des 51 rencontres pour 110 millions d'euros : TF1, M6 et beINSports. Comme dans le tableau ci-dessus, beINSports proposera l'intégralité de la compétition, tandis que TF1 retransmettra 22 rencontres en direct, contre 11 pour M6. La chaîne sportive qatarie aura donc 18 matchs en exclusivité.

C'est M6 qui aura le privilège de diffuser la finale de cet Euro 2016, le 10 juillet prochain.

Au premier tour, TF1 diffusera les deux premiers matchs de poule de l'équipe de France (France/Roumanie, le 10 juin à 21h et France/Albanie, le 15 juin à 21h) tandis que la dernière rencontre Suisse/France (19 juin à 21h) sera diffusée en direct sur M6. Mais c'est M6 qui diffusera les trois chocs du premier tour : Angleterre/Russie, Belgique/Italie et Allemagne/Pologne.

N. A.

SAT NEWS

Découvrez les chaînes qui frôlent 0% d'audience: France 24, la Chaîne Météo...

Médiamétrie a dévoilé l'audience des chaînes sur le câble, le satellite et la TV par ADSL, mesurée du 31 août 2015 au 14 février 2016.

Dans ce Médiamat'Thématik, on apprend notamment que Disney Channel et TV Breizh ont été les chaînes les plus regardées durant cette période en recueillant une part d'audience nationale de 0,6 %, en léger recul de 0,1 point.

Cette étude montre également les chaînes qui ne sont pas - ou peu - visionnées par les téléspectateurs.

Celles-ci sont sous les 0,1 % de part d'audience.

Parmi elles, on peut citer Non Stop People, Melody, Equidia Life, La chaîne météo, et bien d'autres.

L'audience des chaînes thématiques payantes est mesurée deux fois par an par l'institut dans son étude Médiamat'Thématik.

Ce dernier porte sur les chaînes reçues par les 75% de foyers qui reçoivent la télé par ADSL (28,4 millions), satellite (15,2 millions) ou câble (5,3 millions), certains foyers disposant de plusieurs offres.

Sur ce total, 12 millions ont aussi une offre payante du câble ou de Canalsat.

Voici les chaînes que quasiment personne ne regarde

Animaux
BET
Campagnes TV
Chasse et Pêche
Disney XD
Enorme TV
Equidia Life
France 24
Game One +1
Gong
i24 News
J-One
June
La Chaîne Météo
Ma Chaîne Sport
MCM TOP
MCM Extrême
Melody
Motors TV
MTV +1
MTV Hits
NOLife
Non Stop People
Science et Vie TV
Télétoon +1
Toute l'Histoire
Trek
Virgin Radio TV

Speck, les lunettes connectées 4K pour le streaming vidéo

Allomind, une start-up de San Francisco qui travaille sur la réalité virtuelle, présente les Speck : des lunettes connectées qui se présentent comme un wearable dédié au cinéma. Pourquoi ? Parce qu'elles ont un écran 4K !

Les Speck se veulent l'eyewear le « plus petit, le plus léger, et le plus pratique d'utilisation» au monde. Ces smartglasses ont été pensées pour délivrer du contenu immersif en 4K grâce à un périphérique aisément transportable avec sa petite taille, confortable à l'aide d'un poids réduit et destiné à un large public puisque l'outil sera abordable et adoptera un design plutôt classique.

C'est en effet un appareil assez prometteur : jusqu'à maintenant, les plus grands défauts des lunettes et casques de réalité virtuelle ou augmentée ont toujours été leur taille, leur poids et la définition rarement au-delà du 1080p de leur dalle. Mais avec cette innovation, l'utilisateur serait amené dans un univers où il aurait l'impression de faire face à un écran 4K de 100 pouces ! Les usages seraient multiples et paramétrables via une app compagnon sur mobile : mis à part regarder des films et des séries en 2D ou à 360°, on pourrait étudier dans un environnement virtuel similaire à une salle de classe, ou encore caster du contenu de son smartphone en l'agrandissant dans son champ de vision. Seul inconvénient : la batterie ne durerait qu'un peu plus de 3h sur le prototype actuel.

Les lunettes ont été développées en collaboration avec l'agence de design visuel Territory Studio, qui a notamment travaillé sur The Avengers: Age of Ultron, The Martian et Ex Machina (rien que ça). Une entreprise de design industriel du nom d'Ammunition a aussi participé au projet, et elle est quant à elle est connue pour ses conceptions hardware avec Beats by Dr. Dre, Polaroid et Square.

Si vous êtes intéressés, bonne nouvelle : le produit sera destiné aux particuliers et une campagne de crowdfunding devrait être lancée sur Indiegogo cette année !

La télévision en streaming, c'est tempête dans le petit écran

Le streaming, c'est la réception à la demande d'un morceau de musique sur Internet. On s'abonne à un site spécialisé pour un montant forfaitaire (généralement 10 euros par mois) et on a accès, sans limite, à un catalogue de millions de titres, de Jean-Sébastien Bach à Adèle. Désormais aux États-Unis, le streaming est plus utilisé que le téléchargement, qui lui-même avait déjà dépassé le CD. Les ventes de téléchargement chutent maintenant de 10 à 15% par an en Amérique, exactement comme celles du CD. L'Amérique préfigure toujours l'évolution des marchés européens.

On va connaître la même chose avec la télé. Déjà 48% des foyers américains sont abonnés à un service de télévision en streaming, qui propose à la fois des films, des séries et des émissions. Netflix a maintenant près de 70 millions d'abonnés ; il en a gagné 17 millions sur la seule année 2015. Pour vous donner une idée du phénomène, ce service de vidéo à la demande pèse maintenant pour le tiers du trafic Internet américain en période de pointe. De son côté, YouTube est à 14%.

Bouleversement des usages

On regarde beaucoup la télévision, mais moins par le biais de la diffusion classique. C'est la télé en direct et la télé payante (type Canal Plus) qui diminue au profit de ces nouveaux services, qui offrent une liberté bien supérieure dans le catalogue et dans le mode de consultation. Les usages sont en train d'être bouleversés.

Souvenez-vous de la série Dexter. La saison 1 (c'était en 2006) a été regardée à 69% lors de la diffusion initiale à la télé, à 10% en replay et 21% dans les services de vidéo à la demande. La saison 3 de Homeland (en 2013), c'est exactement l'inverse : un tiers seulement en diffusion initiale à la télé, le reste en replay et à la demande. Le problème, c'est évidemment la publicité, qui fait vivre bon nombre de chaînes de télévision et qu'on ne peut plus insérer entre les programmes comme avant.

Les évolutions des usages sont extrêmement rapides chez les jeunes et très lentes chez les seniors. La moitié de la génération des 18-38 ans est abonnée à des services de vidéo à la demande, alors qu'ils ne sont que 13% pour les plus de 65 ans. Les modes de diffusion traditionnels conservent leur public (mais c'est un public qui vieillit), tandis que d'autres médias et d'autres formes de diffusion se développent parallèlement. L'industrie des contenus est le cas d'école de l'économie capitaliste, où destruction et création sont incessantes et simultanées.