

STREAMING

Hulu, le «nouveau Netflix»

Toujours loin de rivaliser, en termes de catalogue et d'abonnés, avec Netflix et Amazon Prime, le service de streaming vidéo Hulu se renforce doucement mais sûrement. A partir de septembre, il diffusera même du sport et des événements télévisés en direct, supplantant les chaînes de télévision. Et il suscite l'intérêt croissant des grands studios.

Non, il n'y a pas que Netflix et Amazon Prime dans le petit monde du streaming vidéo à la demande sur abonnement (SVOD). Même si les deux géants ont réussi en peu de temps à devenir des acteurs majeurs dans le paysage des séries télévisées, et qu'Amazon s'est même illustré au Festival de Cannes cette année avec quatre films en compétition, les deux géants n'ont pas réussi à étouffer la concurrence dans le streaming vidéo. La preuve, le «petit» Hulu, volontiers regardé avec condescendance jusqu'à présent, sort progressivement de l'ombre de ses aînés avec une stratégie originale qui commence à porter ses fruits.

En septembre, Hulu va mener rien de moins qu'une petite révolution télévisuelle. Pour la première fois, le streaming va rencontrer la télévision traditionnelle, qui se consomme en direct. Hulu va en effet diffuser sur sa plateforme, en direct, du sport, des séries télévisées et de l'information, grâce à des partenariats signés avec les studios Disney, déjà actionnaire de Hulu, et FOX.

Disney offrira donc à Hulu des

contenus à diffuser en direct issus des chaînes de son groupe. Pour l'heure, seule ABC (connue pour Desperate Housewives et Lost, notamment) et la chaîne sportive câblée ESPN sont de la partie. Mais Hulu qui a également signé avec la chaîne FOX (connue, entre autres, pour Les Simpson et 24) et la chaîne FX (filiale câblée de FOX, diffuse notamment la série American horror story). Soit plusieurs gros diffuseurs dans l'univers du divertissement américain. Cette nouvelle offre hybride (mi-streaming, mi-direct) devrait sortir au premier trimestre 2017 aux Etats-Unis.

Cette annonce couronne Hulu comme un acteur à prendre au sérieux dans la guerre des contenus que se livrent les chaînes de télévision traditionnelles (type FOX, ABC, CBS ou NBC), le câble (HBO, FX, Showtime...) et les plateformes de streaming (Netflix, Amazon Prime).

Fondé en 2007, Hulu revendiquait en février seulement 9 millions d'abonnés payants, très loin des 46 millions d'Amazon Prime et des 75 millions de Netflix. Mais depuis septembre dernier, le ser-



Photo : DR

vice a acquis une nouvelle respectabilité dans les séries télévisées grâce à plusieurs décisions audacieuses. La première a été de ressusciter la comédie The Mindy project, annulée par la FOX l'an dernier mais chouchoutée des critiques. Une bonne opération d'image. La deuxième a été de marquer les esprits avec deux séries qui ont séduit à la fois le public et la critique, les thrillers The Path et 11.21.63.

De fait, le grand perdant du rapprochement entre le petit Hulu et le géant Disney pourrait bien être Netflix. Car l'irruption rapide de Hulu sur la scène du streaming et ses liens privilégiés avec Disney pourraient, à terme, menacer l'attractivité de Netflix. Pour l'heure, le leader mondial jouit notamment d'un partenariat

juteux sur la franchise de super-héros Marvel, qui lui a permis de trouver le succès avec les séries Daredevil et Jessica Jones. Netflix prépare également deux nouvelles séries issues de l'univers Marvel, Iron First et Luke Cage.

Hulu apparaît en outre particulièrement bien placé pour incarner le futur de la télévision sur internet. Contrairement à Netflix et à Amazon Prime, qui diffusent leurs séries par blocs - ils lâchent d'un coup tous les épisodes d'une saison le même jour - Hulu a préféré garder le mode de diffusion traditionnel, à savoir un épisode par semaine.

Autrement dit, Netflix et Amazon ont parié sur la consommation à la demande des contenus plutôt que sur le rendez-vous

hebdomadaire imposé par les chaînes de télévision, devenu de moins en moins pertinent à l'heure du binge-watching et de la multiplication de l'offre.

Mais en choisissant cette stratégie, Netflix et Amazon Prime se sont éloignés du direct. Ils ont donc ouvert un boulevard pour Hulu, qui peut se positionner comme l'acteur de la télévision du futur : celle qui réconcilie la volonté du public de regarder des programmes en streaming, au moment où il le souhaite, sans pour autant se priver de la magie de la télévision, à savoir sa capacité unique à rassembler une large audience lors de rendez-vous bien identifiés, pour regarder un match de football par exemple.

DZSAT FORUM

SAT NEWS

La Tunisie étend la diffusion de son nouveau bouquet gratuit de télévision par satellite

L'opérateur Eutelsat Communications annonce avoir signé un contrat pluriannuel de location de capacité avec l'Office national de la télédiffusion (ONT) tunisien sur le satellite Eutelsat 7 West A pour diffuser en clair un bouquet gratuit de télévision. Ce bouquet est dès à présent accessible aux foyers équipés en réception satellite en Afrique du Nord et en Afrique de l'Ouest. Les premières chaînes sont : Aljanoubia, Attassia, Elhiwar Ettounsi, m Tunisia, Telvza TV, Tunisna et la chaîne publique Nationale 1.

A travers ce bouquet, la diffusion actuelle de ces chaînes va être étendue à l'Afrique de l'Ouest. Par ailleurs, les foyers d'Afrique du Nord et de l'Ouest équipés d'une parabole pointée vers 7/8° Ouest pourront bénéficier d'une qualité d'image en progression et d'une navigation facilitée à travers les chaînes.

SFR Sport lancera ses chaînes le 7 juin

Le groupe SFR lancera une partie de ses cinq nouvelles chaînes de sport le mardi 7 juin. Ce lancement concernera les chaînes SFR Sport 2 (ex-MCS), SFR Sport 3, la chaîne du sport extrême et SFR Sport 5, la chaîne des sports de combat. Les lancements de SFR

Sport 1, la chaîne de la Premier League et de SFR Sport 4, la chaîne de la 4K, se feront ultérieurement.

Le groupe profitera également de cette date pour lancer BFM TV Sport, la chaîne pilotée par l'agence RMC Sports dirigée par François Pesenti, agence qui produit déjà les programmes de la radio RMC. RMC Sports sera maître d'œuvre de la nouvelle chaîne d'info sportive ainsi que de SFR Sport 1.

Les tarifs du pack SFR Sport et de BFM TV Sport, eux, n'ont pas encore été annoncés.

300 chaînes Ultra HD diffusées par satellite en 2025

Le sport, mais aussi le cinéma, seront deux segments cruciaux pour l'avenir de l'Ultra HD, considère le cabinet NSR dans son dernier rapport.

Même si les Jeux olympiques de Rio ne devraient pas être accompagnés dans cette technologie (sauf rares exceptions), ce cabinet estime que celle-ci a tout l'avenir devant elle dans les contenus sportifs et les films, anticipant l'apparition de contenus payants dès la fin de cette décennie.

Il prévoit également que près de 300 chaînes Ultra HD seront diffusées sur des bouquets DTH en bande Ku en 2025 (contre à peine une centaine en 2021), lesquelles viendront s'ajouter à celles déjà distribuées par

satellite pour être reprises par les réseaux câblés ou IPTV.

Concernant l'avenir plus proche, NSR est d'avis qu'au cours des prochaines 4 années la majorité des plateformes DTH ayant des contenus Ultra HD vont intégrer des chaînes 4K dans leurs bouquets haut de gamme, ayant dans l'esprit un double objectif : révéler des contenus Ultra HD aux nouveaux utilisateurs de TV4K (qui autrement ne pourraient pas voir les avantages de ce type de contenus) et familiariser les abonnés avec des contenus Ultra HD, rendant les contenus HD quelque peu obsolètes.

Ultra Nature, la première chaîne française UHD

Ce matin, alors qu'Orange lançait la nouvelle Livebox, le Groupe AB lançait de son côté sa nouvelle chaîne, Ultra Nature.

Il s'agit là de la 1^{re} chaîne 4K française, lancée en exclusivité sur Orange, Ultra Nature est une chaîne documentaire consacrée au monde animalier, la découverte, les voyages et les sports extrêmes.

L'Ultra Haute Définition permet de profiter pleinement de la beauté du monde, parmi les acquisitions de la chaîne «Alaska Spirit of the Wild, Yellowstone, Shark dive, Au cœur de l'escalade...»