

Le cinéma numérique : le prochain eldorado ?

849 écrans DLP dans le monde :

En 2005, le parc mondial des salles d-cinema (digital cinema) a connu un taux de croissance exceptionnel de +153% par rapport à 2004. Avec ses 324 salles DLP (technologie Digital Light Processing développée par Texas Instrument), les Etats-Unis se taillent la part du lion devant l'Asie et l'Europe, laquelle enregistre une multiplication record de son parc par 4,4 par rapport à 2004. Parallèlement, les 97 sorties de films numériques en 2005 profitent aux films non hollywoodiens, - notamment chinois, italiens, français, pour la première fois majoritaires sur le marché mondial (source : Bilan Screen Digest 2005).

DCI : image de 2K en résolution et compression assurée par la Motion JPEG 2000

Véritable révolution, le cinéma numérique suscite l'enthousiasme des studios mais alimente le scepticisme des réseaux d'exploitation. Juillet 2005 : la DCI (Digital Cinema Initiatives), qui regroupe les 7 plus gros studios hollywoodiens, accélère le mouvement en publiant ses spécifications. Les techniques numériques peuvent maintenant envahir toute la chaîne de valeur du 7^{ème} art :

- tournage : visionnage immédiat des rushes
- post-production : montage, étalonnage
- distribution : transfert en haut débit par satellite ou par câble des données numériques pour tous les territoires, dispositifs anti-piratage de tatouage, « watermarking » et « fingerprinting »
- projection : « packing list » permettant d'identifier pour chaque salle la liste des éléments autorisés à la diffusion.

Un spectacle de qualité et une expérience communautaire prisés par le spectateur

Ainsi le cinéma numérique doit-il :

- offrir une définition d'image supérieure à celle de son concurrent direct, le home cinema, grâce notamment aux sorties numériques en relief (3D), même si ces dernières, très coûteuses pour le distributeur, l'exploitant et le spectateur (+20% sur le ticket d'entrée), ne représentent que la crête du marché.

- exacerber le sens communautaire du spectacle. D'où l'intégration dans le modèle économique du cinéma numérique de la retransmission de concerts et d'événements sportifs dans les salles. Aux Etats-Unis, le prix d'une place de concert numérique oscille entre 10 et 18 \$ selon que le concert est projeté en live ou différé, et que les places ont été achetées à l'avance ou le jour même.

Plus de souplesse, de diversité culturelle... et de contrôle dans les salles

Suite à la suppression de la contrainte liée aux copies physiques, la salle numérique est moins tenue que la salle analogique de grouper toutes les séances d'un même film dans un temps limité. Elle peut d'autre part accueillir plus facilement des films à moindre potentiel, distribués par satellite sans surcoût sur un nombre plus important d'écrans européens. En témoigne le réseau Docuzone visant à syndiquer en Europe la diffusion de programmes numériques « spécialisés » : son initiateur, le Dutch Film Fund, a commencé par utiliser les crédits classiquement alloués à la sortie des documentaires en salle (60 K€ pour gonfler chaque copie 16mm en 35mm) en vue d'équiper gratuitement des salles en projecteurs numériques, en contrepartie d'une remontée de 6% des recettes sur les documentaires diffusés en numérique. Films d'animation, à petit budget, films indépendants, films d'auteur... aujourd'hui ce réseau permet également de

stimuler les coproductions internationales. Dans la même veine, le UK Film Council œuvre à l'élargissement des publics à travers le cinéma numérique.

Il n'en reste pas moins que les exploitants n'apprécient guère le corollaire de la diffusion numérique, à savoir le contrôle accru exercé par le distributeur sur leur activité : heure des séances, salle choisie pour la projection, langue de diffusion, délai pour modifier la programmation d'une salle ou des écrans d'un multiplexe...

De l'expérimentation à la mise en place de nouveaux modèles économiques

Aux Etats-Unis, toutes les majors -exceptée la Paramount - ainsi que 2 mini-majors (New Line et Weinstein Company) se sont associées aux réseaux de salles numériques de Thomson/Technicolor et Christie/AIX. La question épineuse du financement de l'équipement des salles a été résolue par le système des frais de copie virtuelle : le distributeur s'acquitte, en sus du paiement de la copie numérique, d'une prime à l'équipement numérique. Pour ce qui est du projet Thomson, l'exploitant paie également une quote-part égale à 10% du coût total du système installé. En Europe, le programme MEDIA (Europa Cinémas) et les fonds publics nationaux contribuent à hauteur de 65% à ce financement. Enfin, XDC propose aux exploitants un système de location-vente qui s'apparente à du crédit-bail.

La nouvelle donne vient certes des studios et des exploitants, mais aussi des nouvelles relations avec les producteurs et distributeurs d'événements, les telcos et opérateurs de satellites, les fournisseurs de contenu alternatif et les annonceurs locaux. Et le moment où la masse critique sera atteinte reste encore indéfini...

Problématique de distribution du cinéma numérique

Le cinéma numérique est vu comme une technologie à très fort potentiel commercial, qui permettrait de relancer une économie mise à mal par tous les nouveaux services vidéos. Il présente notamment de grosses évolutions qualitatives, une facilité de distribution accrue et des possibilités de diffusion de directs.

Mais outre le coût de l'équipement des salles, la distribution des contenus vidéos pose de nombreux problèmes.

Le cinéma aux Etats-Unis représente quelques 500 films à distribuer chaque année dans près de 5700 cinémas soit 37000 salles.

Actuellement pour la distribution d'une copie physique d'un film, les coûts associés sont significatifs :

1500 à 3000\$ pour la copie + 300 à 500\$ pour la distribution ce qui représente 1,2 milliards de \$ par an pour la seule distribution.

En numérique, 2h de film représentent :

- 8 GBytes en SD
- 25 GBytes en HD
- Et entre 150 et 300 GBytes en Digital Cinema (suivant la résolution, 2k ou 4K)

Ainsi pour la distribution d'un tel film en qualité digital cinema, sur un réseau à 100Mbits/sec, 7 heures seraient nécessaires !

Il est donc nécessaire de trouver un moyen de distribuer ces programmes de façon efficace. Le satellite pourrait jouer un rôle intéressant sur ce segment. Même si la capacité des transpondeurs satellites permettent un débit de quelques dizaines de Mbits/sec, les enjeux économiques sont tels que l'utilisation ponctuelle de fortes capacités satellitaires pourrait être la solution...

Par ailleurs, il restera également à résoudre les problèmes de protection des contenus.