

# nanotv<sup>®</sup> PRESSE

Tribune de Genève 13.12.2005

## La TV sur mobile veut sa part

### Concurrent?



**Philippe Mottaz.** Le responsable d'Anyscreen.  
(VINCENT CALMEL/2001)

**Aujourd'hui, NanoTV dévoile ses charmes miniaturisés. Ce concept de microémissions d'actualité, diffusées sur téléphone portable, constitue-t-il une menace pour la TSR? Coup de sonde cathodique avec Philippe Mottaz, responsable d'Anyscreen, société conceptrice de NanoTV.**

**Avec la naissance du dernier-né de l'audiovisuel, peut-on parler de concurrence pour la TSR?**

Oui, si l'on considère que des structures ultralégères sont désormais aptes à créer du contenu et à jouer dans la même cour que les grosses organisations télévisuelles. Non, si l'on considère que le public ne se contente pas d'un type de média à

l'exclusion de tout autre. En vérité, les consommateurs d'infos zappent d'un support à l'autre.

**NanoTV va-t-elle créer ou acheter des produits?**

Les deux. Le tour de force consiste à rendre la matière – existante ou à concevoir – lisible sur un écran de téléphone. Autrement dit, pour capter l'attention ou susciter l'émotion, nous devons sélectionner les bonnes images et déterminer une durée qui permette au message de passer. Nos séquences sont plus courtes que celles diffusées dans le téléjournal et plus longues qu'une photo légendée.

(adg)

Le 19:30 rebaptisé «Le Journal» durera une heure dès le 9 janvier

# La TSR lorgne sur les médias branchés

OLIVIER VOGELSANG



Nouvelle grille, nouvelles émissions, mais pas de révolution. Hier, la télévision romande n'a pourtant pas caché son souci de mieux coller aux habitudes d'information des jeunes. Un concurrent, NanoTV, pointe son nez sur le mobile. PAGES 3 ET 11

# ÉCONOMIE

MERCREDI 14 DÉCEMBRE 2005

L'ESSENTIEL

## NanoTV prend l'antenne



**TÉLÉPHONIE** NanoTV débarque demain sur les mobiles compatibles UMTS. NanoTV? Kézako? Des bulletins d'info vidéo de quatre minutes, en français, et optimisés pour les petits écrans des mobiles. A raison de deux par jour, du lundi au vendredi. Quant au ton, il se veut nerveux,

voire impertinent, en tout cas résolument «djeune». Ce n'est pas tout: à l'heure des blogs, à l'«ère de la participation», NanoTV encourage les contributions extérieures. «On est tous des témoins potentiels», s'enflamme Philippe Mottaz, un des cofondateurs d'Anyscreen, société nyonnaise derrière NanoTV. Qui ajoute que ces infos seront systématiquement recoupées par l'équipe rédactionnelle du bord.

Les bulletins de NanoTV seront disponibles jusqu'à fin mars sur l'offre Replay TV de Swisscom. La mayonnaise prendra-t-elle? Notons que sur les 50 000 utilisateurs de terminaux UMTS recensés par Swisscom, la moitié accède chaque mois aux services Live TV et Replay TV.

**NICOLAS BERLIE**

# nanotv courtise le

Spécialement formaté pour les téléphones mobiles, un **bulletin d'informations**, créé en Suisse romande, commence sa diffusion sur le réseau de Swisscom. Derrière la jeune pousse Anyscreen, **Philippe Mottaz**, un ancien de la TSR.

## Quatre minutes chrono

De l'actu, du sport, de la musique, des infos pratiques, de la consommation, de la météo et... même de la pub. Dès le 15 décembre, deux fois par jour sur votre téléphone mobile. Pour autant qu'il soit compatible UMTS.

Les séquences sont brèves, très brèves, souvent en dessous de vingt secondes. Et en moins de quatre minutes, la messe est dite. Elle sera célébrée deux fois par jour sur le réseau UMTS (à haut débit) de Swisscom. Car nanotv, c'est ça: un micro-bulletin d'informations télévisées personnalisé par des journalistes et des chroniqueurs, mais aussi spécialement conçu et formaté pour être visionné sur un téléphone mobile.

Le concept est romand. Il a été imaginé et mis en place par Anyscreen, une jeune pousse nyonnaise dirigée par Françoise Monachon et Philippe Mottaz, deux anciens cadres de la TSR. Le projet est revenu cet automne du Mipcom de Cannes (Marché mondial du contenu audiovisuel) avec une mention spéciale dans la catégorie «news». Nanotv entre dès le 15 décembre dans une phase opérationnelle: une diffusion qui, au cours des trois mois suivants, aura le statut d'expé-

rience pilote reconductible. «Mais le TJ sur mon téléphone, je l'ai déjà, nous rétorquera justement notre lecteur technophile de Palézieux. Il suffit de posséder un mobile UMTS pour accéder, à toute heure, aux dernières éditions du 19:30 et du 12:45 de la TSR.» Effectivement, les opérateurs de la place, Swisscom et plus récemment Orange, ont tous deux ouvert des portails qui permettent non seulement d'accéder à une sélection de chaînes (dont la TSR) mais aussi à quelques émissions spécifiques. L'info en fait partie.

## Nouvelle grammaire

Mais face à ces mastodontes médiatiques, Anyscreen prétend arriver avec, dans la tête, une révolution copernicienne. Selon Philippe Mottaz, la vidéo sur téléphone donne naissance à un nouveau média et à de nouvelles règles, il faut donc concevoir un contenu qui lui est propre. On ne peut se contenter de transférer tels quels des bulletins d'infor-

mations réalisés pour la télévision: trop longs, trop lourds, aucune interactivité. Ce que l'entreprise nyonnaise met en place, suggère le journaliste, c'est une nouvelle «grammaire de la mobilité».

En visionnant, dans les conditions du réel, le bulletin pilote tourné par Anyscreen, TV8 a pu être le témoin de cette réflexion et de ces tâtonnements. «Rien n'est figé, on expérimente», tient à préciser Philippe Mottaz: outre la brièveté des informations et leur fugace incarnation, c'est le balisage du contenu qui saute aux yeux. A chacun des sujets est associé un chiffre constamment affiché sur l'image et qui sert également de virgule. Ainsi au 1 correspond l'actu chaude. Au 2, le sport. Au 3, l'actu people. Au 9, la météo. Au 10, la tâche délicate de baliser la pub et autres activités promotionnelles... Et au télé-spectateur mobile, la



# citoyen journaliste

mission de comprendre et d'intégrer cette hiérarchie, d'abord intuitivement, puis consciemment.

## Visiophonie

Ce qui étonne ensuite, c'est comment la rédaction (pour l'heure modeste) utilise les outils spécifiques du téléphone mobile pour transmettre ses informations. Besoin de faire un duplex entre la régie et une station d'essence (sujet: la hausse des prix à la pompe)? On utilise tout simplement l'outil de visiophonie du téléphone UMTS. Il va sans dire que les fonctionnalités photographiques présentes sur la majorité des mobiles peuvent être grandement mises à contribution.

C'est ici que l'on touche du doigt la nouvelle frontière



de l'information qui fait tant saliver les acteurs de ces non moins «nouveaux médias». Car mettre un téléphone avec des fonctions multimédias dans les mains du plus grand nombre, c'est aussi lui

donner un outil. En gros, une caméra et un canal de diffusion simples d'emploi. C'est donc encourager la multiplication d'une nouvelle race d'informateurs, un peu pompeusement bapti-

sés «citoyens journalistes». On les a déjà vus à l'œuvre lors des attentats du 11 septembre à New York, les documents amateurs diffusés sur l'internet, puis repris dans les journaux télévisés, le démontrent. Même chose avec les attentats de Madrid, de Londres et aussi avec le tsunami asiatique. Avant tout le monde, les amateurs, sur place, munis de leur simple téléphone, ont fourni les images et les sons qui ont fait les ouvertures de journaux.

Faire de l'œil à ces citoyens journalistes, capter les témoignages, que cela soit pour des informations utiles, futiles ou de premier plan, est aussi une des ambitions de nanotv.

jean-charles.canet@tv8.ch

## Philippe Mottaz

L'ex-cadre de la TSR préside au destin d'une jeune pousse dont nanotv est le premier bourgeon.

<

## L'analyse en quatre points

Texte: Philippe Clot  
Photos: Claude Glantz

Forts d'une mention spéciale au Mipcom de Cannes, **Philippe Mottaz** et **Françoise Monachon**, directeurs de la société Anyscreen à Nyon (VD), lancent dès cette semaine NanoTV. Un bulletin d'informations qu'ils ont conçu tout exprès pour le portable.

# «NanoTV, une émission pour le mobile»

**2** Collaboration illimitée

**1** Quoi et quand?  
«Deux fois par jour, cinq fois par semaine»

**NanoTV, c'est quoi en deux mots?**

*Philippe Mottaz:* C'est une émission conçue pour le mobile. C'est deux bulletins d'informations quotidiens, d'une durée moyenne de trois minutes environ, diffusés du lundi au vendredi. Nano TV couvre tous les domaines journalistiques. Hors des synthèses d'actualité, l'accent est mis sur des thèmes susceptibles d'intéresser une population urbaine et active. Les infos sont distribuées dans des rubriques numérotées de 1 à 10. Le 1, c'est les news, le 2 le sport, le 3 le fun, etc., jusqu'au 9 la météo et le 10 la publicité. Il n'y a pas forcément les dix rubriques à chaque fois, ni dans le bon



ordre. Le premier bulletin sera accessible dès midi et le second dès 18 heures. Ils seront diffusés dans l'offre Replay TV de Swisscom Mobile, l'un de nos parte-

naires, et seront inclus dans le forfait de 12 francs par mois, sans frais de communication supplémentaire.

**Quelle différence par rapport à la rediffusion du 12:45 de la TSR par Swisscom?**

*Françoise Monachon:* NanoTV est prévue, réalisée, conçue, dessinée expressément pour le téléphone mobile. Au lieu d'un produit audiovisuel déjà existant et simplement transféré sur les téléphones mobiles, notre démarche consiste à fournir un produit spécifique, adapté aux contraintes techniques et aux contraintes de consommation imposées par un téléphone mobile.

**Que faudra-t-il comme appareil pour avoir accès à NanoTV?**

*Ph. M.:* Un mobile à la norme UMTS. Seule une minorité parmi les 4 millions d'abonnés mobiles de Swisscom sont concernés. Mais le prix des appareils dotés de l'UMTS ne fait que baisser. Il en existe déjà pour un 1 franc avec abonnement.

Philippe Mottaz et Françoise Monachon, directeurs d'Anyscreen: «Nano TV couvre tous les domaines journalistiques.»



«Un réseau de témoignages»

**D'où viennent les images et les infos de NanoTV?**

*Ph. M.:* C'est là que réside la deuxième grande originalité de NanoTV: la fonction de photo/caméra permettant de produire des images, nous mettons sur pied un réseau de correspondants qui, s'ils assistent à un événement intéressant, pourront le filmer (ou le photographier) et nous transmettre ce matériel directement par mobile ou par internet. Mais toute personne munie d'un mobile aux normes adéquates pourrait aussi collaborer. Par exemple ce Genevois qui a assisté à l'arrestation musclée d'une Africaine et qui a filmé la scène avec son mobile. La panne nationale des CFF ou le grand orage de grêle sur Lavaux sont d'autres sujets possibles pour une telle collaboration improvisée. Et nous avons bien entendu des images d'agences et des



## 4 Visions d'avenir

«Le mobile, ce ne sera jamais Arte, mais...»

**Avez-vous déjà des projets complémentaires à ces bulletins d'informations?**

*Ph. M.:* Oui, on peut très bien envisager des sujets thématiques de plus longue durée. Mais cela nécessite encore une longue réflexion. Le mobile, ce ne sera jamais Arte, mais dans un cadre aussi concis, on peut très bien imaginer des choses plus ambitieuses comme une rubrique littéraire, par exemple. Un site internet NanoTV offrira des compléments.

**Et des flashes en cas d'événements extraordinaires?**

*F. M.:* On peut très bien l'imaginer, par exemple pour un événement comme les inondations en Suisse. Swisscom Mobile nous a dit qu'ils pourraient tenter d'aller en direct si besoin.

**Quelles seront les limites indépassables de cette télévision mobile? Tiennent-elles surtout à la taille réduite de l'écran?**

*F. M.:* Oui, mais on peut compenser cette contrainte par une analyse infographique d'un goal en football, par exemple. Il est clair aussi qu'on ne va pas rivaliser avec la radio. Et regarder *Le Seigneur des anneaux*, c'est sur un poste de TV avec un son en dolby surround que cela a du sens. Mais notez quand même qu'il y a déjà une version de la série américaine *24 heures chrono* pour la téléphonie mobile, à raison d'épisodes d'une minute chacun! **Ph. Ct**



## 3 Gadget ou nouveau vrai média? «Le mobile, c'est 120 grammes de magie»

**Qu'est-ce qui peut convaincre des abonnés de venir consommer NanoTV?**

*F. M.:* Il est clair que nous sommes au début d'une aventure où tout reste encore à défricher. Il est donc difficile de se faire une idée précise des besoins réels de notre consommateur potentiel. Mais la philosophie directrice, c'est de partir du constat que ces petits objets que sont les téléphones mobiles contiennent une technologie qui ne cesse année après année de s'améliorer en termes de capacité, de finesse d'image et de son. Le mobile est donc un moyen parfait pour du contenu informatif et il y a indéniablement de la place pour ce type de consommation d'information dans un paysage médiatique plus diversifié que jamais.

**Et les annonceurs, pourquoi viendraient-ils faire de la pub chez vous?**

*Ph. M.:* Les annonceurs veulent aussi diversifier leurs supports. Celui-ci offre des possibilités propres. Imaginons un grand distributeur qui a besoin de liquider

rapidement des centaines de dindes de Noël. Il pourrait lancer son action promotionnelle le jour même. Les modèles économiques de la téléphonie mobile sont mal connus, mais il est certain que les SMS et les sonneries de téléphone marchent très fort. Il reste beaucoup de créneaux possibles pour cet appareil qui est au fond le seul avec la montre qu'on prend partout avec soi. Et le créneau de l'info va attirer tout un public, à condition que cette info soit à la fois très brève, très précise et dans l'air du temps. On sera plus bref qu'un TJ, mais plus long qu'une photo.

**Etes-vous au fond une version mobile des journaux gratuits?**

*F. M.:* NanoTV n'est certes pas dans l'exhaustif, mais pas non plus dans l'insignifiant. Elle s'adresse à ceux qui ont envie de savoir en fin de journée ce qui s'est passé dans la région et dans le monde. Et cet utilisateur sera ravi d'être informé aussi sur une expo sympa en Romandie ou sur un concert. Grâce à sa souplesse, le mobile, c'est 120 grammes de magie.

images que nous produisons nous-mêmes dans notre propre studio.

**Comment éviter le risque de dérapage en sollicitant des collaborateurs inconnus?**

*Ph. M.:* Il y aura un contrôle strict ici, à Nyon, de tout le matériel reçu. Pas question de créer un réseau de propagations de rumeurs. C'est un réseau de témoignages que nous mettons sur pied. La charte journalistique est d'ailleurs la même que pour les autres médias. Pas question non plus de mélanger pub et information. Nous réservons la rubrique 10 à la publicité. Les autres rubriques sont indépendantes de toute contrepartie commerciale.

**Y a-t-il des limites techniques à votre concept NanoTV, des handicaps insurmontables?**

*F. M.:* Pas dans la production elle-même. Le seul problème encore récurrent concerne le consommateur: il peut se retrouver dans une région où le réseau est faible, voire inexistant, exactement comme pour une conversation téléphonique conventionnelle.

RECHERCHER

OK

PAR DATE ANNÉE

Sommaire  
UNE

Prisons de la CIA en Europe: que sait le Conseil fédéral?

UNE

Le Temps | Article

## Grand chambardement: la télévision actuelle est mourante

**TECHNOLOGIES.** Les dernières innovations, enregistreur numérique en tête, brisent un modèle.

Le Temps  
Mercredi 4 janvier 2006

Plus que la télécommande, le câble ou le satellite, de nouvelles technologies annoncent la fin de la télévision historique. Commentaire d'un expert, Philippe Mottaz, ex-TSR et consultant indépendant: «La télévision actuelle va connaître plus de transformations dans les cinq ans à venir qu'elle n'en a connues en cinquante ans.»

Le rassemblement du plus grand nombre devant un programme à une heure fixe et pour une durée définie appartient bientôt au passé. Les formats numériques bouleversent la manière dont la télévision est faite, regardée et distribuée. Exemple concret: l'apparition des enregistreurs numériques permet de prendre un programme à n'importe quel moment, de zapper les tranches publicitaires, d'abréger, bref de se libérer de la tutelle des chaînes. Du coup, ces nouvelles manières de consommer la télévision brisent le modèle économique du média puisque l'impact et l'efficacité de la publicité seront sérieusement rediscutés. Autre révolution majeure en cours: les chaînes ne sont plus les seules à diffuser des programmes. Les entreprises de téléphone le font via le cuivre des fils téléphoniques, les fibres optiques et les réseaux sans fil. C'est la télévision partout, surtout hors du salon, quand le consommateur le veut.

© Le Temps, 2006 . Droits de reproduction et de diffusion réservés.

**PUBLI-C** Acheter les droits de reproduction de cet article.

UTILISER

Bienvenue  
Vous êtes en  
l'édition

**Votre**

- Portefeuille
- Exclusivités
- Newsletters
- Editions
- Archives
- Gérer son compte
- Déconnexion

✚ Agrandir

▬ Réduire

🖨️ Imprimer

✉️ Transmettre

🔗 Lien

Lire l'article  
la télévision  
commentaires  
rubrique

OK

FAIR DATE RENOUVÉE

**Sommaire**  
**TEMPS FORT**

L'ONU bataille sur les droits de l'homme

La Suisse résiste aux Etats-Unis sur la composition du Conseil

# La fin de la télévision a commencé

**Cablecom répond à Swisscom et lance à son tour un enregistreur numérique.**

David Haerberli

Mercredi 4 janvier 2006

«La fin de l'époque où votre télévision n'avait aucun égard pour vous.» C'est le slogan de Noël qu'a choisi la chaîne Sky pour commercialiser, en Italie, son enregistreur numérique. La phrase résume parfaitement le tournant historique qu'est en train de prendre l'industrie télévisuelle. Plasma, 16 :9 ou à tube cathodique, l'écran de télévision n'est plus cet objet posé au milieu (ou au mur) du salon et vers lequel convergent les regards. Les formats numériques bouleversent la manière dont la télévision est faite, distribuée et regardée. Les chaînes généralistes qui ont fait l'histoire de ce média en ressortiront transformées.

On annonce la mort de la télévision depuis son invention. En 1946, rappelait l'hebdomadaire Newsweek, le producteur hollywoodien Darryl F. Zanuck avait donné six mois tout au plus à cette invention parce que «les gens vont vite se lasser de fixer une boîte en bois tous les soirs». Plus tard, l'apparition de la télécommande a fait passer de très mauvaises nuits aux industriels de la télévision eux-mêmes. Leur crainte était que, en offrant aux téléspectateurs la possibilité de zapper les messages publicitaires, la télécommande ne déstabilise le système qui les nourrissait. Transformation suivante: le câble et le satellite ont fragmenté l'audience globale des chaînes historiques en une multitude de tribus identifiables selon la spécialisation de leur canal préféré (animaux, actualité, musique, etc.).

De toutes ces évolutions, les chaînes traditionnelles sont sorties à peu près indemnes. Leur modèle économique (rassembler le plus grand nombre devant un programme à heure fixe) fonctionne toujours à merveille avec des contenus spécifiques, notamment le sport: dans les dernières minutes de jeu du match qualificatif pour la Coupe du monde de football Turquie-Suisse, en novembre dernier, sept Suisses romands regardant la télévision à ce moment sur dix avaient choisi TSR2, qui diffusait l'exploit de l'équipe de Köbi Kuhn.

## Séries taillées sur mesure

Mais les chaînes résisteront-elles à la révolution qui commence, la plus radicale de l'histoire de ce média? Ce bouleversement est d'abord technologique. Maintenant que la vidéo ne représente plus qu'une donnée numérique parmi d'autres, les chaînes ne sont plus les seules à pouvoir diffuser des programmes. Les entreprises de télécommunication le font via le cuivre des fils téléphoniques, la fibre optique ou les réseaux sans fil. Arrachée au salon où on l'avait vissée, la télévision s'offre où et quand le consommateur le veut.

Cette réalité a pénétré jusqu'au petit marché helvétique. A côté de TF1, la TSR a, avec Swisscom, un nouveau concurrent de taille. L'opérateur téléphonique propose des

Bienvenue Philippe  
Vous êtes abonné à l'édition quotidienne

**Votre espace:**

- Portefeuille
- Exclusivités Web
- Newsletters
- Edition PDF
- Archives consultées
- Gérer mon compte
- Déconnecter

- ⊕ Agrandir le texte
- ⊖ Réduire le texte
- 🖨️ Imprimer l'article
- ✉️ Transmettre

**Documents liés**

- Notre infographie **DVR, ennemi de TV en direct.** (flash, 11Ko)

contenus télévisuels aux abonnés de ses services UMTS, la troisième génération de téléphones portables. Nano TV, la première chaîne suisse pour mobiles, a été lancée en test le 15 décembre dernier (lire ci-dessous). Cette année, Swisscom devrait également proposer la télévision par ADSL. En France, ce mode de diffusion est devenu une obligation pour les opérateurs qui ne veulent pas se faire distancer par la concurrence.

Les téléphones portables ne sont pas les seuls terminaux mobiles sur lesquels la télévision déborde. Aux Etats-Unis, le grand Network ABC a déclaré vouloir vendre, dès le lendemain de leur diffusion à l'antenne, des épisodes de *Lost* et *Desperate Housewives* pour l'iPod vidéo. Les contenus sont retaillés pour s'adapter à ce format émergent. «24», la série paranoïaque dont Jack Bauer est le héros, est désormais disponible sur téléphone portable en épisodes de... une minute. On appelle cela des «mobisodes».

Cette volatilité, du point de vue juridique, est problématique. «Mais là aussi, la donne se modifie rapidement. Elle permet à des nouveaux diffuseurs de mettre la main sur des contenus réservés jusqu'alors à des médias traditionnels. Exemple: Orange qui rachète les droits d'Alinghi ou Cablecom qui tente de racheter ceux de la SuperLeague de football», détaille Christophe Rasch, responsable du développement télévisuel d'Edipresse.

La numérisation transforme un modèle où, en maîtrisant le temps, les chaînes décidaient seules de quand et où les téléspectateurs allaient les regarder. Le meilleur exemple répond au doux nom de Tivo. Introduits il y a plusieurs années aux Etats-Unis, les enregistreurs numériques (DVR pour Digital Video Recorder), dont Tivo est un précurseur, commencent à avoir un effet notable sur la consommation de la télévision (voir graphique).

#### Magnétoscope intelligent

Le DVR, c'est le magnétoscope boosté à l'intelligence artificielle d'un ordinateur. Doté d'un costaud disque dur, il enregistre à distance séries et émissions grâce à une procédure simplifiée. Bien plus pratique que les magnétoscopes, il permet à son propriétaire de visualiser les programmes quand bon lui semble, le libérant ainsi de la tutelle des chaînes. Les Américains appellent cela le *time shifting*. Voilà pour les «égards» auxquels Sky fait référence dans sa publicité italienne. En Suisse, Cablecom a lancé, le 1er janvier, son propre enregistreur numérique. Swisscom l'avait fait en mars 2005 (lire ci-dessous).

Replay TV, concurrent de Tivo, dispose d'une fonction qui permet, lors du visionnement des programmes enregistrés, d'accélérer l'action par tranches de 30 secondes. Ce détail est un autre pavé dans la mare télévisuelle. Trente secondes, c'est la durée d'un spot publicitaire standard. Les directeurs des chaînes auront désormais de la peine à affirmer à leurs annonceurs, les yeux dans les yeux, que le spot qui leur a coûté tant d'argent en réalisation et en achat de temps sera réellement vu par les téléspectateurs. C'est la base financière des chaînes, qu'elles soient commerciales ou non, qui est menacée.

Aux Etats-Unis, l'un des best-sellers 2005 s'appelle La vie après le spot de 30 secondes. Son auteur, Joe Jaffe, exhorte les professionnels à trouver d'autres moyens de commercialiser leurs produits à la télévision.

Les deux formats sur lesquels les publicitaires misent principalement pour compléter le spot de 30 secondes sont le sponsoring et le placement de produit. Concernant le second, ceux qui ont suivi Lost voient de quoi on parle. L'attaché-case qui résiste au crash initial comme aux assauts répétés des personnages pour devenir un élément central de la série? Une publicité en or pour Zero Halliburton, son fabricant. Selon Leslie Moonves, président de CBS cité par The Economist, les trois quarts des programmes des grands réseaux télévisés américains contiendront bientôt du product placement. La Commission européenne, elle, est sur le point d'adoucir l'interdiction qui règne pour ce genre de publicité.

[top](#)

## «La notion de contrainte vole en éclats»

**David Haerberli**

Philippe Mottaz a quitté la TSR, mais pas la télévision. Consultant indépendant au sein de sa société Anyscreen, il travaille actuellement sur mandat pour Swisscom.

**Le Temps:** Pour les téléspectateurs, laisser les chaînes choisir les contenus est la position la plus confortable. Pourquoi l'évolution technologique changerait-elle la donne?

**Philippe Mottaz:** Il y a belle lurette que les téléspectateurs zappent sans loyauté d'une chaîne à l'autre. Cela dit, l'évolution technologique nous libère d'un mode de consommation de la télévision qui nous a été imposé par défaut: celui qui exigeait de nous que nous soyons disponibles à telle heure, un jour donné, pour une durée déterminée. Toute la sémantique télévisuelle a été construite autour de la notion de contrainte. C'est ça qui vole en éclats car ces modèles de consommation sont devenus totalement inadaptés à nos modes de vie. Les deux domaines qui échappent à cette évolution sont le sport et, dans certains cas, la grande actualité en direct.

- Ce que traverse l'industrie de la télévision est-il comparable à ce que les majors de la musique ont subi depuis l'apparition de Napster?

- Oui, il y a indéniablement un parallèle. Dans le cas de la télévision, le régime est de surcroît remis en question sans qu'il y ait nécessairement un recours à l'illégalité. Exemple: la première saison de la série Desperate Housewives en DVD est en rupture de stock en Suisse romande alors que le premier épisode n'a pas encore été diffusé par la TSR. Ce qui frappe, c'est la rapidité de ces transformations cumulatives. Je pense que la télévision actuelle va connaître plus de transformations dans les cinq ans à venir qu'elle n'en a connues en cinquante ans.

- L'apparition de nouveaux modes de diffusion va-t-elle agrandir l'audience totale de la télévision ou la fragmenter?

- Globalement, notre glissement de la graphosphère à la vidéosphère n'équivaut pas à dire que l'audience totale de la télévision augmente puisque beaucoup des images que nous consommons ne viennent pas d'elle. Il convient aussi de remettre les choses en perspective: la télévision n'est pas morte. Comme l'avait prédit McLuhan, aucun média ne meurt jamais, mais le dernier arrivé - la Toile et les réseaux mobiles - modifie ceux qui l'ont précédé. Ce qui est en train de mourir, ce sont les manières de consommer la télévision et la pérennité de son modèle économique actuel car le coût, l'efficacité et l'impact de la publicité à la télévision sont sérieusement discutés par les annonceurs séduits par d'autres possibilités.

- Ces évolutions sont perceptibles principalement sur le marché américain. La Suisse va-t-elle les connaître également?

- La Suisse ne sera pas épargnée. La guerre entre Swisscom et Cablecom dans le domaine de la distribution de la télévision est engagée. Presse écrite, médias électroniques, Internet, réseaux mobiles, l'écosystème médiatique est en train d'être radicalement redessiné.

## Les nouveaux modèles télévisuels en Suisse

David Haeblerli

Enregistreurs numériques

Cablecom a lancé, au 1er janvier, son enregistreur numérique (DVR). Le câblo-opérateur réplique à Swisscom, qui propose Bluewin TV 300 depuis mars 2005. L'engin peut mémoriser jusqu'à 60 heures d'émission. Facile à programmer, il permet de s'affranchir des grilles des programmes. Proposé sur les réseaux de Cablecom et de ses partenaires, comme celui de Genève, il ne s'adresse qu'aux 125000 clients de télévision numérique du câblo-opérateur et coûte 35 francs par mois. Le produit de Swisscom fonctionne sur tous les télé réseaux mais pour les programmes en analogique.

Télévision mobile

Nano TV est un flash d'information de quelques minutes, réalisé pour le format d'un écran de téléphone portable. C'est Anyscreen, la société de Philippe Mottaz, ancien chef de l'information de la TSR, qui en est la productrice pour le réseau UMTS de Swisscom qui le teste jusqu'à la fin de mars. Swisscom a également testé le format DVBH et pourrait proposer des contenus pour les terminaux compatibles.

TSR

Nouvo, l'émission de la Télévision suisse romande consacrée aux nouvelles technologies, devrait être

proposée au format iPod cette année si les juristes de la chaîne publique l'autorisent. La circulation des images sur les réseaux numérisés rend la question de la protection du droit d'auteur très épineuse.

## Vaud TV

La télévision cantonale réunissant Ici TV, TVRL, Canal nord vaudois et Edipresse (actionnaire du Temps à 44,7%) va voir le jour en 2007, si la nouvelle loi sur la radio et la télévision (LRTV) suit le calendrier prévu. Comment crée-t-on une chaîne au moment où les modèles vacillent? Christophe Rasch, responsable du développement télévisuel d'Edipresse répond: «Vaud TV est intéressé par une diffusion via l'IPTV (BluewinTV, par exemple) et via les écrans mobiles (DVBH ou UMTS). Nous intégrons dans notre projet de chaîne les aspects production et diffusion liés à ces moyens de diffusion. Mais, pour Vaud TV comme pour tout nouveau diffuseur, l'aspect technique n'est pas tout. Il y a de sérieux problèmes économiques et juridiques que la nouvelle LRTV ne résout en rien, puisque le parlement n'a pas souhaité réfléchir aux questions que posent les nouvelles technologies. Par exemple, une concession de diffusion, celle-là même qu'attribuera le Conseil fédéral aux 12 ou 14 chaînes régionales suisses en 2007, définit une zone de diffusion que chacun des diffuseurs devra respecter. Même les zones de overlapping seront déterminées. Comment limiter l'accès de chaînes diffusées via IP ou via appareils mobiles hors de ces zones? Limiter l'accès irait à l'encontre de la définition du service. Le problème économique est lié: est-ce que la chaîne qui diffuse via IP ou via mobile peut vendre à ses annonceurs les téléspectateurs qui la regardent hors de sa zone de diffusion «officielle», sur un appareil mobile ou via Internet en IPTV?

Ce problème est d'autant plus d'actualité pour les chaînes subventionnées par la redevance qui ne couvrent pas l'ensemble du territoire. Et du coup, qui favorise, sur ce plan-là, une SSR ou un diffuseur totalement privé.»

[top](#)

## Rectificatif du 9 janvier 2006

### Le Temps

Contrairement à une information parue dans notre édition du mercredi 4 janvier, Philippe Mottaz ne travaille pas sur mandat pour Swisscom. Il est directeur de la société Anyscreen sàrl, une société de production média et multimédia. Anyscreen a créé NanoTV, des bulletins d'information vidéos actuellement disponibles sur le réseau UMTS de Swisscom.

[top](#)

## Le top **télé**

**344 400** (47,8% des Romands qui regardaient la télé à ce moment-là)

Le succès populaire, au cinéma, des

«Choristes» se confirme à la télé. Pour sa

première diffusion, le 19 décembre, sur TSR1, ce film a tout bonnement battu le record d'audience de «Box office»!



**304 500** (51,1%)

La Romandie a rendu un vibrant hommage à Isabelle Moncada pour son dernier «A bon entendeur» du 20 décembre. Plus de la moitié des téléspectateurs ont suivi ses adieux.

**126 900** (26,7%)

C'est un chiffre énorme pour la Trois. Elle

l'a réalisé le dimanche 25 décembre avec son «Grand bêtisier de France 3» présenté par **Gérald Dahan**.



**65 500** (23,9%)

En milliers, cela pourrait être une déception pour cette première «Ecole des chefs». Mais il faut savoir qu'elle passait le 24 décembre sur TSR1, soir de très faible audience, puisque même le «19:30» ne fait que 148 300 téléspectateurs!

**44 900** (7,9%)

Piètre performance pour la nouvelle émission de

**Virginie Efira**, «Mon voisin est un rock star», le 20 décembre sur M6. L'émission de coaching de trop?



Le papa de NanoTV, première chaîne pour téléphone portable (lire pages 6 et 7), sélectionne quatre émissions qu'il regardera avec plaisir cette semaine.

### LA SEMAINE TÉLÉ DE...

# Philippe Mottaz

Pour l'ancien directeur de l'information de la TSR, résolument tourné vers les nouvelles technologies, la télévision se consomme sur internet. Il avoue un faible pour «Star Academy» et apprécie le style de Thierry Ardisson qui a révolutionné le talk-show.

#### «Le Journal»

TF1, Tous les jours, 20 h 00

«Globalement parlant, c'est du journalisme d'information riche dont la facture visuelle et narrative me paraît juste. L'art du JT dans sa perfection: soir après soir, remarquablement bien écrit et ficelé, ample et varié dans les sujets, un TJ avec du souffle. J'apprécie.»

#### «Austin Powers»

France 3, Lundi, 20 h 55

«C'est un film mythique! Je l'ai déjà vu, mais je le regarderai à nouveau avec plaisir. Je ne résiste pas à l'humour kitsch surréaliste de Mike Meyers et de ses potes... C'est un genre d'humour qui me plaît beaucoup. Hollywood se payant la tête de Hollywood, voilà une capacité à l'autodérision cynique qui m'amuse!»

#### «L'odyssée de l'espèce»

TSR2, Vendredi, 13 h 55

«Cette émission est la preuve qu'une télévision ambitieuse peut aussi être captivante. C'est bien fait, la facture me plaît. Je pense que la télévision a encore un rôle à jouer dans la mission d'éducation et de découverte.»

#### «Hockey sur glace:

Bâle - Fribourg-Gottéron»

TSR2, Samedi, 22 h 10

«Je regarderai le match parce que l'ancien hockeyeur que je suis reste un fan de Philippe Ducarroz. Et puis, Bâle-Gottéron, c'est incontournable! Tous sports confondus, la télé restera durablement l'écran souverain pour le sport en direct.»



télétop une publication **Le Matin**

Edipresse Publications S.A.  
33, av. de la Gare - 1001 Lausanne

Prix: Fr. 4.- le dimanche avec  
«Le Matin» et «Femina».

Fr. 3.50 vendu séparément.

## L'info timbre-poste

**NANOTV** Les fondateurs de la société Anyscreen viennent de lancer une minichaîne pour téléphone mobile. Mais comment crée-t-on du microcontenu?



Style décontracté mais vil, l'ago enregistre la présentation du journal dans la blue box, sous l'œil attentif d'Hélène.

**Giga**, l'ambiance en fin de journée dans les locaux nyonnais de NanoTV, ce concept qui vous informe de l'actu brûlante sur votre mobile (*lire l'encadré*). La pression retombe pour la rédaction qui est à pied d'œuvre depuis 7 heures pour réaliser les deux microbulletins d'information journaliers. Car, bien que ces journaux soient brefs — de trois à quatre minutes — ils ne sont pas conçus à la va-vite. «NanoTV n'est pas une adaptation pour portables des journaux TV, c'est une création développée spécifiquement pour les petits écrans, précise Philippe Mottaz, son concepteur. Je n'ai jamais fait quelque chose d'aussi compliqué! Comment être bref sans être superficiel?» La réponse de Françoise Monachon, co-conceptrice de la chaîne: «Nous devons aller à l'essentiel.» Ainsi, lors des deux séances de rédaction quotidiennes, le «team



Séance de rédaction pour l'équipe de NanoTV. Au menu, choix des sujets, sélection des images et mise en place du conducteur du journal.



Enregistrement des voix off par Françoise Monachon devant les tables de montage

Nano» examine attentivement les photos et vidéos envoyées par les agences de presse, à la recherche de l'image la plus parlante. «Notre support étant très petit, nous supprimons les plans larges, d'ambiance, pour privilégier les plans serrés, les portraits», explique Françoise Monachon. «Et si la qualité vidéo n'est pas bonne, nous utilisons des photos.»

**La minichaîne** ne se contente pas simplement d'images d'agences. Soucieux d'éviter les sujets souvent traités par routine dans les autres médias, Philippe Mottaz veut adopter un positionnement différent. «Nous abordons certains sujets traditionnels incontournables. Mais nous avons fait le choix d'une remise en question complète. Je crois que nous avons intérêt à aller là où nos instincts nous entraînent.» C'est dans les rubriques mode, trend, musique,



## Un TJ nain

Le 15 décembre dernier, Françoise Monachon et Philippe Mottaz, anciens cadres de la TSR et directeurs de la société Anyscreen, ont lancé NanoTV, la première chaîne



conçue spécialement pour les téléphones portables. Disponible dans l'offre ReplayTV de Swisscom, elle diffuse, du lundi au vendredi, deux bulletins d'information de quatre minutes. Colorés et rythmés, ces modules brefs, qui visent un public de consommateurs nomades, peuvent également être visionnés sur [www.nanotv.ch](http://www.nanotv.ch).

culture, que les créateurs de NanoTV laissent libre cours à leurs envies. «Nous les faisons nous-mêmes, elles nous permettent de mettre en scène un certain nombre de participants qui nous



Sophie réalise une interview à l'aide d'un simple portable.

collaborateurs. «De plus en plus de gens font des choses pour eux; ils ont désormais la possibilité de les transmettre par le biais de Nano», se réjouit son concepteur. Outre les reportages pensés et montés, les fondateurs de Nano misent sur les réactions à vif des gens qui, lorsqu'ils assistent à un événement d'actualité, peuvent utiliser la fonction photo/caméra de leur portable pour informer la rédaction. Bien sûr, afin d'éviter les «scoops bidon», toute info est soumise à un contrôle journalistique strict. Mais NanoTV vient de naître et, pour l'instant, les «citoyens reporters» se font encore rares. Alors si vous vous sentez l'âme d'un journaliste, dégainez vos mobiles!

parlent d'un coup de cœur, d'une passion», commente Françoise Monachon. Si beaucoup de ces chroniques sont actuellement réalisées en partenariat avec les reporters du portail culturel nuit.ch, le but avoué est d'élargir le cercle de

**Texte: Gaëlle Cajoux**  
**Photos: Michel Schmatz**