



Les recettes des films 3D ont diminué de 18% aux Etats-Unis et au Canada en 2011 58% des foyers européens devraient être équipés de téléviseur 3D d'ici 2016. Selon la 3ème édition de l'enquête menée par le cabinet d'audit et de conseil PwC sur la technologie 3D, l'industrie a connu un décollage spectaculaire et connaît aujourd'hui une phase de stabilisation :

Le succès rapide de la 3D au cinéma dès 2009, notamment grâce à Avatar, a laissé la place à un marché plus difficile : si le nombre de salles équipées et de films en 3D continue de progresser, les consommateurs mettent en cause la qualité inégale des contenus et le surcoût du ticket d'entrée. Dans le secteur de la télévision 3D, l'accès aux programmes 3D, difficile, payant et très limité, n'a pas suivi le rythme d'adoption extrêmement rapide des téléviseurs 3D. Les autres écrans tels que les smartphones ou tablettes n'en sont encore qu'aux balbutiements concernant cette technologie.

Vincent Teulade, Directeur au sein de l'activité conseil de PwC et auteur de l'étude considère : *« Contrairement aux discours ambiants, nous ne prédisons pas la mort de la 3D. Nous pensons qu'il s'agit d'un marché encore très jeune dont le futur dépend fortement de l'offre. Globalement, le divertissement 3D attend la prochaine vague : de la qualité, du choix, des prix abordables et peut-être une rupture venue du consommateur. »*

### **Cinéma 3D : le box office américain recule**

Les recettes des films 3D ont diminué de 18% aux Etats-Unis et au Canada en 2011, passant de 2,2 à 1,8 milliards de dollars. Elles avaient été multipliées par deux en 2010. A l'international, les résultats sont plus positifs notamment en raison de la multiplication des salles équipées de la technologie 3D, et du dynamisme du marché chinois. En effet, si la Chine impose des quotas à la diffusion de films étrangers, les films en 3D ne sont pas concernés par cette limitation. C'est un facteur d'optimisme pour les producteurs et réalisateurs engagés dans la promotion de cette technologie.

Le surcoût d'une place 3D par rapport à une place standard varie selon les régions, pouvant aller de +20% à Londres à +50% à Moscou. « Ce tarif élevé ne garantit pas pour autant la qualité du film, ni celle de l'expérience 3D. On observe d'ailleurs que les primes 3D dans des salles iMax résistent mieux que les primes 3D dans des salles standards » avance Vincent Teulade.

Le nombre de films 3D produits se stabilise : 39 sont annoncés en 2012 aux Etats-Unis contre 38 en 2011. Ces films ont un certain succès puisque dans le classement des vingt meilleurs

films au box office, la moitié est en 3D. Les films 3D qui enregistrent les meilleurs résultats sont les produits de franchise ou films d'animation tels que Harry Potter, Pirates des Caraïbes ou Alice au Pays des Merveilles. Les studios prennent aujourd'hui moins de risques, et en 2012, 22% des films 3D seront des reprises de films 2D, comme La Belle et la Bête ou Star Wars épisode I, et des franchises telles que L'Âge de Glace ou Men in Black.

A moyen terme, l'engagement de grands réalisateurs comme Martin Scorsese avec Hugo Cabret, Peter Jackson avec Bilbo le Hobbit, James Cameron et George Lucas, pourrait représenter une raison d'être optimiste sur le marché de la 3D.

TV3D : si les consommateurs se sont équipés extrêmement rapidement en téléviseurs 3D, l'offre reste payante et limitée, et les diffuseurs n'y voient pas de sources de profit dans les années à venir.

Alors qu'il a fallu plus de sept ans avant que les ventes des TV HD ne commencent à décoller, les consommateurs ont commencé à s'équiper en TV 3D dès leur mise sur le marché il y a 18 mois. La progression et les estimations de pénétration sont très positives, tout particulièrement en Europe de l'Ouest. D'ici 2016, pas moins de 58% des foyers européens devraient être équipés de téléviseurs 3D – 55% des foyers américains, 62% des japonais, et 16% des chinois.

Si les consommateurs se sont équipés aussi rapidement, c'est notamment parce que les fabricants proposent plus de 80 modèles, à prix très compétitif (seulement 8% supplémentaire pour certains modèles avec 3D en Europe) et que les consommateurs n'achètent pas un téléviseur 3D, mais un téléviseur de qualité (HD, connecté etc.) à un prix compétitif. PwC montre dans son étude que la réaction des consommateurs est relativement positive : 89% des acquéreurs de TV 3D déclarent être satisfaits de la qualité de l'image d'un téléviseur 3D.

Cependant, être propriétaire d'un téléviseur équipé de la technologie 3D ne suffit pas pour avoir accès à des programmes TV 3D, les barrières demeurent multiples. Vincent Teulade explique « En plus de disposer d'une télévision équipée de 3D, il faut s'abonner à une télévision payante, à un package HD et être intéressé par l'un des programmes disponibles. Il est important de comprendre qu'aujourd'hui le principal obstacle actuel à l'adoption de la TV 3D est avant tout lié à la pénétration de la TV payante HD. On peut anticiper que cette barrière sera partiellement levée d'ici 2016, mais l'incertitude demeure sur la qualité et l'attractivité des chaînes 3D. »

En effet, il n'existe que peu de programmes 3D actuellement accessibles aux possesseurs de TV 3D. Aucun plan de développement convaincant n'a été retenu pour une chaîne 3D indépendante – ni à court terme, ni à moyen terme – car les diffuseurs et programmeurs doutent de sa rentabilité. La plupart proposent une chaîne 3D incluse dans un pack plus large, soit pour se différencier des concurrents, soit pour récompenser leurs abonnés.

Les programmes les plus attrayants en 3D sont les films, les concerts live et le sport. « Avec 113 000 téléspectateurs pour la cérémonie d'ouverture des JO diffusée en 3D, le bilan des JO de Londres a pu paraître dérisoire pour certains, mais quand on rapporte ce chiffre aux 1,3 millions de possesseurs de TV 3D, cela représente tout de même de 8% des personnes équipées d'un téléviseur 3D en Grande-Bretagne, ce qui est loin d'être ridicule » ajoute Vincent

Teulade.

En matière de jeux vidéo, ordinateurs portables et smartphones 3D, les perspectives sont encore plus incertaines

L'appétit pour les jeux vidéo 3D paraît limité, et les fabricants concentrent leurs ressources sur des jeux à détection de mouvement, comme la Kinect de Microsoft.

Sur le marché des smartphones et des ordinateurs portables, l'intérêt des consommateurs pour la 3D semble faible et les standards ne sont pas encore établis. L'accent a davantage été mis sur les tablettes où la demande est bien plus importante.

Toutefois, il est important de continuer à suivre l'adoption des technologies 3D par le grand public car cela pourrait représenter une nouvelle vague qui pourrait faire évoluer l'écosystème.

Source : ITRNews