



Le format 360° illustre parfaitement l'étape de transition que nous vivons actuellement entre la photo/vidéo traditionnelle et la réalité virtuelle qu'on nous promet. Les contenus 360° peuvent désormais être lus sur tous les écrans : ordinateur évidemment, mais aussi et surtout sur mobile ou tablette qui offrent une interaction particulièrement intuitive avec les contenus :

- Pratique, il s'agit de « jouer » avec l'écran tactile ou de déplacer son appareil autour de soi. Les masques ou lunettes permettent même d'utiliser son téléphone comme un écran de réalité virtuelle simplifié.

- La réalité virtuelle pourrait quant à elle être définie comme le fait d'être intégralement et confortablement immergé dans une autre réalité. Mais attention, nous ne passerons pas brutalement d'un monde d'écrans rectangulaires et de consultation passive de l'image, aux équipements dédiés à la réalité virtuelle qui nous rendrons à la fois acteurs et spectateurs.

- Même s'il est possible de lire une vidéo 360° dans un masque de réalité virtuelle, ces derniers sont pour le moment plus adaptés au monde du jeu vidéo ou aux environnements générés artificiellement qu'à la vidéo elle-même.

- Si elle profite évidemment du fort engouement pour la réalité virtuelle, la vidéo 360° n'est pour autant pas directement dépendante de celle-ci. Elle représente la bonne technologie au bon moment. L'année 2016 en marquera assurément son déploiement et sa popularisation. A noter d'ailleurs que d'un point de vue technologique, la France est largement en tête ! Marc Dorcel ayant été le premier, avec succès, à proposer des films en réalité virtuelle.

- Clés de la réussite : compatibilité des plateformes d'hébergement, qualité du contenu et simplicité d'utilisation

- Le succès de ce nouveau format dépendra des usages et des contenus qui seront générés, consultés et partagés, mais aussi de la simplicité et du plaisir d'utilisation. De même qu'avec les Smartphones, la prise de vue et le partage du contenu doivent être instantanés. C'est pourquoi il est essentiel que les caméras 360° soient directement compatibles avec les logiciels vidéos standard et les plateformes d'hébergement de contenus 360° sans aucun besoin de traitement intermédiaire. Cette facilité d'usage sera l'une des évolutions phares de la 360°.

- La compatibilité de plateformes comme Youtube et Facebook avec ces nouveaux types de contenus est un signal fort que la tendance 360° naissante depuis quelques années arrive aujourd'hui à un seuil critique qui permet sa viabilité auprès du grand public.
- C'est d'ailleurs la raison de l'approche agnostique de Facebook et Youtube vis à vis des sociétés qui conçoivent des caméras 360°. La guerre entre ces géants s'effectue sur le terrain du contenu. Peu importe l'appareil utilisé pour la prise de vue, tant que le contenu généré arrive sur leur plateforme. Les initiatives comme Jump (Google) ou Surround (Facebook) ont essentiellement pour vocation d'expérimenter et de booster la production de contenus qualitatifs pour favoriser l'adhésion du public à la réalité virtuelle.
- Les volumes représentés par Youtube et Facebook sont tels (300 heures de vidéos sont hébergées chaque minute sur Youtube, et plus de 8 milliards de vidéos sont lues sur Facebook chaque jour) qu'ils sont capables à eux seuls, non seulement de faire bouger toute l'industrie, mais également de démocratiser à très grande échelle ce nouveau format auprès du grand public.
- On assiste aujourd'hui à la mise en place d'un cercle vertueux entre tous ces acteurs, chacun alimentant de facto la démocratisation de cette nouvelle façon de capturer et revivre ses instants.

**Source : ITRnews Marian Le Calvez, Chief Strategy Officer de Giroptic**