

VR au CES 2017 : une offre de contenus encore trop... virtuelle

Le CES 2016 avait été marqué par la sortie des casques « premium » (HTC Vive, Oculus Rift...). De multiples caméras 360 et autres équipements de production ont pris le relai en 2017. Mais il faudra attendre 2018 pour que les volumes - et la diversité - des programmes présentés permette - peut-être - d'évoquer une industrie des contenus *mainstream* de réalité virtuelle dépassant le jeu vidéo et les applications *btob*.

Volonté de montrer le bon exemple ?, le CTA - *Consumer Technology Association*, organisateur du CES - proposait par exemple, au titre de ces dernières, une visite en VR de sa déclinaison le *CES Unveiled*. Dans le même esprit, les stands des constructeurs automobiles multipliaient les démonstrations de leurs dernières innovations en réalité virtuelle, Honda se démarquant avec une application purement ludique adaptée des *Trolls*, le dessin animé signé Dreamworks (avec l'entêtant *can't stop the feeling* de Justin Timberlake). Et les prestataires spécialisés présents au CSPAN (la déclinaison du CES dédiée aux médias et au marketing numérique) se positionnaient bien davantage sur le terrain du *brand content* que de la production de programmes « traditionnels ».



Tout juste pouvait-on y relever la présence du groupe Discovery démontrant sur un stand sensiblement plus spacieux que l'an dernier des programmes de découverte en réalité virtuelle, l'annonce d'un accord Hulu et Live Nation autour de *On stage*, une série de productions mêlant concert et portraits d'artistes (2 épisodes déjà engagés, le premier sera disponible à partir du 26 janvier), le lancement par la Fox d'un développement autour de la *Planète des Singes* (prolongeant *The Martian VR Experience* largement médiatisé lors du CES 2016), ou encore la participation de Sony Pictures parmi les membres fondateurs du *Virtual Reality Industry Forum* (au côté, notamment, d'Intel, Verizon, Qualcomm, Akamai ou encore Huawei).

Au moins la réalité virtuelle pourra-t-elle compter en 2017 sur une gamme de casques et lunettes sensiblement étendue et proposée à des prix significativement plus accessible (à l'exemple de nombreux autres industriels chinois, Lenovo présentait par exemple un modèle à moins de 400 €) et, côté solutions techniques, sur une offre démultipliée de plateformes de diffusion mais aussi d'outils de captation : caméras Hubblo (intégrant pour moins de \$1 000 la possibilité de *streamer* en direct VR ou 360 4K) et Vuze (proposée à \$800 et ajoutant la gestion du son 3D) ou encore multiples mini-modules de tournage destinés à se fixer sur un smartphone (dont celui du français Giroptic, commercialisé à \$249 et le plus abouti en terme de design, mais uniquement disponible à ce stade pour iPhone).

