

MIPTV : la frontière entre le réel et le virtuel s'amenuise

Le MIPTV, plus grand marché international de contenus TV et digitaux, ouvrait ses portes le 3 avril dernier à Cannes. Pendant 3 jours se sont succédés récompenses, keynotes, conférences et avant-premières de ce que sera la télévision et le marché audiovisuel de demain. NPA Conseil fait le point sur les différentes annonces.

L'intégration du jeu vidéo, de la réalité virtuelle et des plateformes en ligne à la télévision : une impulsion nordique

Plus d'une dizaine de conférences et keynotes ayant pour thèmes la réalité virtuelle et la



réalité augmentée ont été programmées cette année au MIPTV. Ces technologies s'imposant progressivement au sein des foyers, via notamment le PlaystationVR et le HTC Vive, celles-ci permettent aujourd'hui à la télévision de proposer de nouvelles expériences de divertissement, à l'image du programme norvégien *Lost in Time* (prod. FreemantleMedia) qui immerge les candidats dans un monde virtuel où ils affrontent les téléspectateurs, ces derniers jouant via leur téléphone ou tablette[1].





L'introduction de la VR au sein des programmes nordiques avait commencé dès 2016 avec *TILT* (prod. Reflect) diffusé en Finlande sur TV6, où des jeunes candidats s'affrontent, casque de réalité virtuelle sur la tête. Selon Jan Salling, CEO du cabinet danois de consulting audiovisuel Missing Link Media, les producteurs et télévisions doivent dès aujourd'hui penser différemment la conception d'un programme : « Online first, linear second ». Afin d'illustrer son propos, Jan Salling présente différents formats nordiques à succès tels que *Self Made*, programme pour lequel une compétition musicale ouverte à tous a lieu sur une plateforme en ligne tout au long de la semaine avec un Prime hebdomadaire diffusé en linéaire sur Kanal 5 Sweden. Justifiant qu'il est de plus en plus difficile de trouver des formats véritablement originaux à la

télévision, Jan Salling a évoqué le programme *Gamerz*, un talent-show qui couronne le meilleur joueur du jeu vidéo mondialement connu *Counter Strike*. Ce programme nordique sera d'abord diffusé simultanément sur Twitch, YouTube et Facebook à partir du mois de mai avant de proposer une version européenne et américaine avant la fin de l'année, voire une version pour la télévision.

Concernant l'arrivée des jeux vidéo à la télévision, Sandra Stern, présidente de Lionsgate's



Television Group, a  annoncé la diffusion d'un jeu télévisé tiré de l'application *Candy Crush Saga* (téléchargée plus de 4 milliards de fois depuis son lancement en 2012). Ce nouveau jeu, qui sera diffusé à partir du mois de juillet sur CBS, proposera à 4 équipes de deux personnes, la réalisation de différentes épreuves physiques en lien avec l'écosystème de *Candy Crush Saga*. Selon Sandra Stern, l'une des priorités de cette adaptation est que les téléspectateurs qui ne jouent pas à l'application mobile puissent tout autant apprécier le jeu que les joueurs assidus. De plus, une version du jeu TV sera également développée pour une utilisation en ligne sur l'application mobile CBS. Dans  le même esprit, un jeu TV, inspiré de l'application *Shazam*, sera bientôt diffusé sur la chaîne américaine Fox où les candidats devront deviner le plus rapidement possible le nom de chansons.



[1] Cf Flash 831 du 29 mars 2017 « Les tentatives de renouvellement du divertissement révélées au MIPTV ».