



Opinions Libres

le blog d'Olivier Ezratty

Vu au détour du SATIS

J'ai fait un petit tour le 8 novembre 2011 au SATIS, le salon de la production audio-visuelle. Il avait lieu à la Halle Freyssinet (*ci-dessous*), un entrepôt récemment reconverti en hall d'exposition au sud de la Bibliothèque Mitterrand à Paris.

C'est un bien petit salon au regard du géant du secteur, l'IBC d'Amsterdam, déjà couvert deux fois dans ce blog (2010 et 2011). Il y a beaucoup moins d'exposants et pas mal de marques sont représentées par des distributeurs. Quelques grandes marques y ont cependant leur propre stand comme Panasonic, Canon, Avid et Adobe.



Alors, quoi de nouveau sous le soleil ? En fait, j'y trouve toujours quelques nouveautés ou tendances à me mettre sous la dent et à partager avec vous. Que ce soit dans la prise de vue ou l'affichage. Il y avait aussi les conférences sous forme de tables rondes au format habituel, on en dira deux mots à la fin de ce compte-rendu.

Mes photos de cette petite visite sont dans [ce portfolio](#) dans les galeries de ce blog.

Caméras 2K et 4K

La nouveauté la plus marquante du salon était ces nouvelles caméras 2K annoncées la semaine précédente par **Canon**, les C300 et C300PL. Il s'agit de caméras professionnelles d'un format particulier qui fait la jointure entre des technologies empruntées aux réflex (comme le 5D Mark II) et celles qui viennent de la vidéo traditionnelle (notamment au niveau contrôles et optiques). Et surtout, elle baisse significativement le prix des caméras de cette qualité, à environ 12K€.

Ces caméras ont un capteur 8 Mpixels Super-35 mm, dont la taille équivaut à peu près au capteurs APS-C d'appareils comme le Canon EOS 7D. Ce ne sont pas des "full frame", et pour cause, le standard de la prise de vue au cinéma est le Super-35 mm. La caméra génère un format 2K avec un débit qui peut aller jusqu'à 50

MBits/s et en 4.2.2 (**explication ici**). Un débat d'experts a été lancé sur la compression utilisée par la caméra mais il semble que le niveau généré corresponde aux besoins du moment pour un grand nombre de productions TV, documentaires et même cinéma. Ces caméras sont le début d'une gamme qui est amenée à s'enrichir, au moins par le haut avec un modèle 4K.



On pouvait observer la caméra dans un cube en verre et elle n'était pas encore démontrable. La disponibilité est prévue pour janvier 2012. Les deux modèles se distinguent par le standard d'optiques que l'on peut installer dessus : la C300 supporte les optiques EF des réflex Canon (que j'utilise avec mes EOS 5D et 5D Mark II) tandis que la C300PL utilise les optiques professionnelles "PL", bien plus chères (x10 à plus, comme ce Fujinon 75-400 ci-dessous), et qui sont souvent louées par les équipes de production.

D'où l'interrogation du néophyte en production vidéo professionnelle que je suis : quelles sont les différences entre les optiques PL et EF ? La réponse : la qualité optique est la même pour ces objectifs. Ce, d'autant plus que les optiques photo EF sont faites pour des capteurs de haute résolution (20 Mpixels et plus) qui va au-delà de la résolution des images vidéo. Comme de plus elles sont ici utilisées sur un petit capteur, elles ne génèrent pas de phénomène de vignettage (assombrissement de l'image aux angles).

La différence se situe dans la mécanique qui est autour et notamment sur la fluidité des contrôles d'ouverture et de zoom. Sachant que cette caméra comme la plupart des caméras vidéo professionnelles n'intègre pas d'autofocus. Celui-ci est généralement réalisé à la main et à l'aide d'un moniteur de contrôle branché sur la caméra. Ici, celui qui est fourni par Canon, ou bien un autre moniteur plus grand connecté en HDMI.



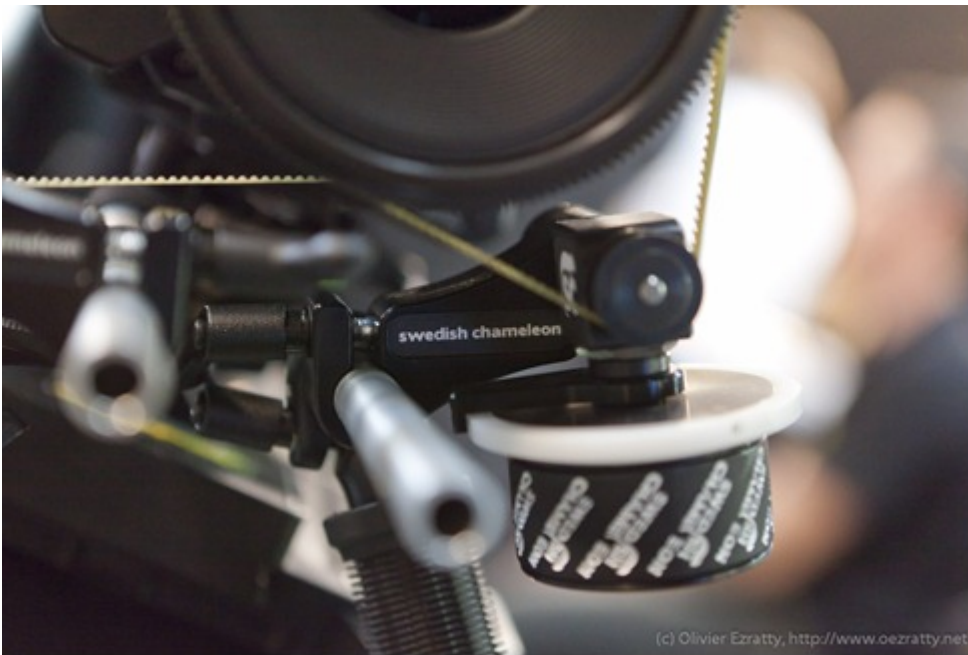
Dans la visite, je suis aussi tombé sur un des premiers caméscopes 4K d'entrée de gamme, le GY-HMQ10 de **JVC** (*ci-dessous*). Présenté pour la première fois à l'IBC, il devrait être disponible d'ici début 2012. Le défi pour ce genre de caméscope ne se situe pas au niveau du capteur (ici un 1/2,3 pouces de 12 MPixels) mais au niveau du traitement numérique pour encoder une vidéo 4K compressée à la volée, à raison de 144 Mbits/s. Le caméscope est pour cela équipé de quatre processeurs (FalconBird).



Côté prise de vue, on assiste enfin à un reflux de l'engouement pour la 3D-relief qui s'explique par le fait que la projection 3D se cantonne pour l'instant aux salles de cinéma pour les grosses productions Hollywoodiennes. Au point d'ailleurs d'agacer une partie des spectateurs, et sans effet de bord notable sur le reste du marché.

Encore et encore des rigs

On peut découvrir encore et toujours tout un tas de "rigs" (supports) pour caméras et appareils réflex. Ici, la mécanique de **Swedish Chameleon** qui pilote avec précision le zoom et le focus d'objectifs Canon.



Sur d'autres stands, on trouvait de nombreux rigs pour les prises de vues extrêmes comme ce casque support de réflex. Visiblement pour prendre des photos et pas des vidéos vu l'arrangement.



Enfin, plusieurs stands présentaient des hélicoptères de prises de vue aériennes pour caméras et appareils photo. C'est un marché qui a l'air de bien se développer. Les effets visuels générés par ce type de prise de vue sont de plus en plus incontournables et spectaculaires. Ils deviennent la marque de fabrique de tournages de qualité. Ci-dessous, un exemple avec la société **Helico Visio Fly** basée à Annecy qui propose trois modèles d'hélicoptères avec respectivement quatre, six et huit hélices. Les prix s'échelonnent entre 1200€ et 15000€ selon le modèle. Par comparaison, l'AR Drone de Parrot qui ne sert pas à cela coûte 300€. Mais certains l'ont tout de même bidouillé pour y intégrer un appareil photo compact. L'octocoptère de Helico Visio Fly supporte une charge "marchande" qui peut atteindre 2 Kg, soit un réflex avec un bon objectif. Et avec une autonomie de 7 à 15 minutes selon les circonstances, la batterie étant très facile à changer. Ce genre d'hélicoptère se pilote avec une télécommande traditionnelle complétée d'un retour image. Ces hélicos sont surtout utilisés pour le tournage de documentaires, y compris en intérieur.



Projection vidéo

Pas énormément de nouveautés. Je découvrais ce projecteur **Panasonic** 1920×1200 de la série **PT-DZ110X**, équipé d'une puce DLP et d'une double lampe halogène classique permettant d'atteindre 10600 Lumens. Le 1920×1200 est une résolution "informatique". Elle correspond à celle des écrans 24 pouces au ratio 16/10. J'en suis moi-même équipé et ils sont plus confortables que les écrans 1920×1080 (16/9) qui sont plus courants maintenant. Ce genre d'engin s'utilise en "grappe" pour projeter de très grandes images dans des salles de conférence ou de spectacle, images qui sont générées par des logiciels spécialisés comme Watchout de **Dataton**.



Chez un autre spécialiste de la projection vidéo, **Christie**, j'ai découvert ce petit cube intéressant qui est en fait un mini système de rétroprojection vidéo. Il peut s'assembler en mosaïque avec des images carrées presque parfaitement jointives. Cela permet de créer des images de très haute qualité et résolution sur des surfaces de grandes dimensions et pas forcément rectangulaire. Encore un moyen de développer la créativité dans le domaine de l'événementiel.



Sachant que ce même **Christie** propose des solutions logicielles permettant de projeter des images vidéo sur des surfaces non planes. Cela génère des effets de relief qui peuvent être très impressionnants (cf ci-dessous). Ce n'est pas nouveau, mais cela vaut le coup d'être signalé.

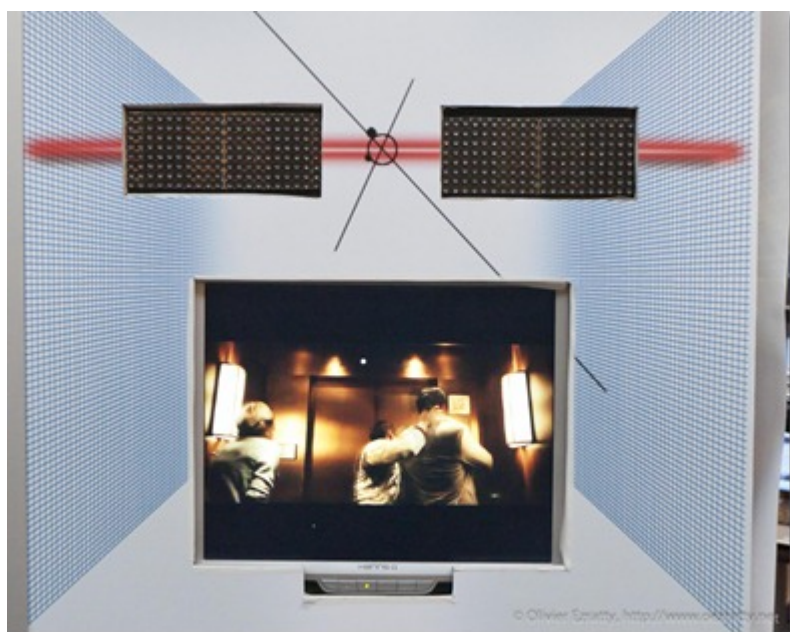


Enfin, le stand **Arthur Holm** présentait ces tables avec écrans LCD amovibles motorisés. J'adore le côté *Jamesbondesque* de la chose ! Pas sûr en revanche que cela soit très utile car il n'y a pas de claviers, les écrans ne sont visiblement pas tactiles, et une simple tablette pourrait très bien convenir. En effet, quand tous les écrans sont levés dans cette table, les participants à la réunion ont vraiment l'air de se cacher derrière.



Projection sonore

Dans ce domaine, à part ces grandes tables de mixage qui font toujours un peu rêver, j'ai été intrigué par la technologie SonoBeam de la startup **A-Volute**, basée à Villeneuve d'Asc et créée en 2004 par deux ingénieurs de Centrale Lille, Tuyên Pham et Ambroise Recht. Il s'agit d'un système de projection sonore qui s'appuie sur des émetteurs ultrasons. Ils permettent de créer des sons n'importe où dans l'espace. La démonstration n'était pas évidente du fait du bruit environnant dans le salon.



L'explication fournie par la société **sur son site web** est assez cryptique pour le néophyte : *“notre technologie permet de créer un faisceau sonore grâce à la combinaison de deux principes : l'acoustique non linéaire et les haut-parleurs paramétriques. L'acoustique non linéaire permet de retirer le masque ultrasonore, et transforme les ultrasons [40-80kHz] en sons audibles [20-20 000Hz] et ne délivre que l'audio destiné à être émis”*. Elle est mise en œuvre dans des enceintes directionnelles (HPd, *ci-dessus*) qui permet de *“délivrer le bon message, au bon auditeur, au bon moment et au bon endroit, tout en préservant le calme et le silence de quiconque se tient en dehors de ce faisceau sonore”*. Avec des applications pour de la publicité sur lieu de vente, dans la scénographie muséale, et autres systèmes de diffusion d'information. La startup possède une technologie prometteuse mais je constate qu'elle va devoir améliorer son marketing !

Débat sur la Social TV

Il y avait plusieurs dizaines de conférences et débats pendant les trois jours de ce salon. J'ai assisté à une session sur un sujet à la mode : la “social TV”. Il associait Guillaume Saint Marc de **NDS**, Pierre Santamaria de **Iscool**, Laurent Esposito de **Bolloré** et Ludovic Bostral de **M6 Web** (*ci-dessous*).



Il a commencé par un tour de piste sur la définition même de la notion de “social TV”. La TV est sociale par nature car c'est le média du direct et des grands événements qui déclenche des discussions asynchrones (au café ou dans la cour de récré le lendemain, et surtout lorsqu'il s'agit de Justin Bieber). Les réseaux sociaux et la “social TV” apportent le synchrone avec : check-in d'une émission, recommandation en direct ou pour la TV de rattrapage (qui est proportionnelle au bruit dans les réseaux sociaux), prescription dans son réseau, hashtags dans Twitter, commentaires, participation des téléspectateurs dans les émissions (avec webcam et Skype), commentaires après l'émission. Chez M6, on adopte une stratégie multi-écrans avec une interactivité plus forte sur le second écran type tablette avec des présentateurs dédiés et un dialogue avec les spectateurs, des visites de coulisses, des interviews de participants aux émissions.

Là-dessus intervient Facebook, qui se positionne au cœur des réseaux sociaux de la consommation délinéarisée de la TV. Un intervenant évoquait même la sortie d'une “Facebox”, ce qui est peut-être une vue de l'esprit. Malgré tout, Facebook est passé discrètement du statut d'outil de recommandation à celui de canal de diffusion dans sa propre interface. Ce qui explique que **Iscool** focalise son activité d'édition de jeux sur la plateforme

Facebook, cette dernière fournissant tout un tas de données sur les usages et permettant de gérer en temps réel son audience et son business. Se crée alors une forte dépendance par rapport à Facebook, mais Pierre Santamaria d'Iscool la trouve "classique", à savoir équivalente à celle des consoles de jeux, tout en reconnaissant l'attitude business très pragmatique de Facebook.

Côté plateformes de TV numérique, l'intégration des fonctions sociales n'en est qu'aux débuts. Pour Guillaume Saint-Marc de NDS, les plateformes ne font que se lancer dans le domaine, celui-ci étant alimenté par un grand nombre de startups. Il y en a déjà une cinquantaine rien que dans la Silicon Valley. La question se pose d'équilibrer les fonctions sociales intégrées dans la TV (qu'elle soit un TV connectée, ou branchée sur une set-top-box d'un opérateur) et celles qui seront accessibles sur tablettes, PC et smartphones. S'ensuivait une évocation de Google TV, cheval de Troie pour l'instant toujours un peu dans son garage malgré sa nouvelle version 2.0 qui est plus ergonomique et ouverte, mais amené à ponctionner une part du revenu publicitaire de l'univers télévisuel.

Débat sur la Web TV d'entreprise

Dans ma visite, j'ai aussi assisté à un débat, plus classique, sur la Web TV pour les entreprises. Avec l'intervention de Robert Raiola de Brightcove, un fournisseur de plateforme technique "cloud" de diffusion de web TV. Il insiste sur le lien entre référencement des sites d'entreprises et les vidéos qu'ils contiennent, sur la manière de faire en sorte que les vidéos vues sur YouTube génèrent des vues sur les pages des sites d'entreprises, sur l'importance du direct dans la Web TV, du direct au sein même de Facebook, sur les listes de lecture qui favorisent l'engagement, sur les vidéos cliquables, le tout appuyé par force études de cas.

Aurélié Fleschen de l'agence de communication **Entrecom** présentait de son côté une étude de cas de web TV sur **Groupama**, qui à ce jour rassemblerait une trentaine de vidéos réalisées selon une ligne éditoriale bien déterminée cohérente avec les objectifs de communication Corporate de l'assureur. D'où un débat avec la salle : est-ce juste une stratégie multimédia Corporate ou la création d'un véritable média ? Tout dépend de la fréquence de renouvellement des contenus !

Epilogue

J'en ai terminé avec ce petit tour du SATIS, bien plus succinct que celui de l'IBC ou du CEATEC. Vous en trouverez un autre dans **Focus-Numérique** qui complètera très bien le mien sur les technologies présentées. Vous trouverez aussi les vidéos des conférences de cette édition du SATIS sur [ce site](#).

Cet article a été publié le 15 novembre 2011 et édité en PDF le 23 décembre 2021.
(cc) Olivier Ezratty – "Opinions Libres" – <https://www.oezratty.net>