



L'UHD ALLIANCE PRÉSENTE LE FILMMAKER MODE

L'UHD Alliance a annoncé à la fin de l'été le lancement d'un nouveau mode de visionnage des films et des séries TV baptisé Filmmaker Mode. MultiMédia à la Une a interviewé Mike Fidler, président de l'UHD Alliance, qui nous présente plus en détail ce nouveau mode destiné à préserver les intentions créatives des cinéastes.

L'UHD Alliance vient de lancer un nouveau mode de visionnage des films et séries TV, le Filmmaker Mode. Pouvez-vous nous en parler ?

Le Filmmaker Mode est le fruit d'une collaboration entre l'UHD Alliance, des cinéastes de renom, les leaders de l'électronique grand public et les studios hollywoodiens. C'est la première fois que les créateurs, les cinéastes eux-mêmes, participent directement à ce processus de développement.

Fondamentalement, le Filmmaker Mode consiste à présenter du contenu cinématographique - des films et des séries TV - de telle sorte que les intentions créatives du cinéaste soient préservées. Pour ce faire, le Filmmaker Mode désactive certains post-traitements qui peuvent avoir tout leur sens pour certains types de contenus mais sont moins souhaitables pour les œuvres cinématographiques, car ces fonctionnalités annulent avant tout les décisions créatives du cinéaste qui font intrinsèquement partie de la manière dont il ou elle a envisagé de raconter l'histoire.

Nous nous sommes également attachés à faire en sorte que les consommateurs puissent activer facilement ce nouveau mode. A cette fin, le mode dispose d'un nom commun à tous les fabricants associés, et il existe des méthodes spécifiques prédéfinies permettant aux constructeurs d'EGP d'activer le Filmmaker Mode.

Le soutien de la communauté créative a été exceptionnel. Près de deux douzaines de cinéastes de premier plan ont exprimé leur soutien et manifesté leur intérêt dans la promotion des avantages et des mérites de ce nouveau mode. Nous avons eu également la participation de la Director Guild of America et de la Film Foundation, toutes deux impliquées dans le processus de développement.

Concrètement, comme cela fonctionne-t-il ?

Le principe de base est de supprimer le post-traitement dans les téléviseurs. Les réalisateurs ont été très clairs dans le fait que les choix qu'ils font en matière de fréquence d'images, de couleurs, de proportions et d'autres techniques dynamiques sont des choix conscients, basés sur la façon dont ils souhaitent raconter et présenter leurs films. Les téléviseurs ont aujourd'hui des capacités exceptionnelles qui peuvent en réalité passer outre ces choix



très spécifiques. A cet égard, le Filmmaker Mode désactive tout post-traitement du téléviseur, y compris des éléments comme la compensation de mouvement, la netteté, la réduction du bruit, le surbalayage ou encore le traitement d'image, afin de permettre au contenu d'être vu tel que le réalisateur l'a souhaité et dans une présentation fidèle au montage final du film. En fin de compte, il s'agit de conserver le rendu cinématographique et l'intention créative du cinéaste, ce qui est l'une des raisons pour lesquelles nous avons rencontré un tel soutien de la part de la communauté créative. C'est d'autant plus important que le foyer devient aujourd'hui un environnement de plus en plus important pour regarder des films et des fictions TV avec le développement de services comme Netflix, Amazon ou Hulu.

Quels studios et fabricants soutiennent aujourd'hui le Filmmaker Mode ?

Actuellement, LG, Panasonic et Vizio ont annoncé leur soutien au Filmmaker Mode. Outre ces fabricants d'EGP de premier plan, l'ensemble des studios nous ont rejoints. Leur contenu est en réalité déjà prêt, de telle sorte qu'ils puissent livrer la bonne image aux écrans prenant en charge le Filmmaker Mode. Nous avons également le soutien de certains des plus grands cinéastes du monde ainsi que des guildes créatives (DGA, ASC, etc.). Nous avons sondé un certain nombre de guildes créatives et sur plus de 400 répondants, plus de 96 % ont soutenu le développement d'un mode comme le Filmmaker Mode.

Comme pour l'UHD Premium, avez-vous introduit un logo pour le Filmmaker Mode permettant d'identifier les produits certifiés ?

Nous avons en effet développé, en collaboration avec la communauté créative, un logo Filmmaker Mode unique qui permet de certifier que les produits répondant aux exigences techniques sont conformes au Filmmaker Mode. Nous développons des conditions d'utilisation spécifiques pour le logo afin de garantir une diffusion cohérente du message sur le marché, à la fois sur le produit, son packaging, etc. ainsi que dans la manière dont il est affiché dans l'interface utilisateur du téléviseur mais également sur la télécommande.

Nous avons établi des exigences claires en matière de certification et de test dans le cadre du programme de licences et l'avons publié à l'intention de nos sociétés membres.

A cette fin et afin de faciliter la tâche des consommateurs, nous avons défini un cahier des charges d'activation pour que le téléviseur passe en mode Filmmaker. Les options permettent, soit d'activer le Filmmaker Mode par le biais de métadonnées dans le contenu, ce qui incite le téléviseur à basculer sur ce mode, soit de l'activer via un bouton directement disponible sur la télécommande. Nous utilisons également le même nom cohérent pour l'ensemble des fabricants de téléviseurs associés afin d'aider les consommateurs à identifier plus facilement les produits prenant en charge le Filmmaker Mode.

Quelles actions l'UHD Alliance va-t-elle mener pour promouvoir ce nouveau mode, dans les mois à venir ?

L'Alliance a déjà entrepris un certain nombre d'événements clés au cours des derniers mois afin de renforcer la visibilité et la notoriété du Filmmaker Mode. A la fin du mois d'août, nous avons organisé un événement de lancement à Hollywood qui a eu un impact considérable sur le marché américain et à l'international. Nous avons poursuivi à l'IFA, avec notamment une démonstration du Filmmaker Mode par Panasonic, qui a suscité une réaction extrêmement positive de la part des consommateurs ayant assisté à l'événement, ainsi qu'une couverture importante de la presse. Parmi les événements qui ont suivi, un panel d'experts sur les intentions créatives animé par Michael Zink, président de l'Alliance, a été organisé ainsi qu'une conférence de presse et des réunions avec les revendeurs et les fabricants d'électronique grand public le mois dernier au salon international CEDIA à Denver.

Nous avons également produit une incroyable vidéo avec le soutien de cinéastes de renom, incluant des commentaires de réalisateurs aussi remarquables que Christopher Nolan, Martin Scorsese, James Cameron, Ryan Coogler et Paul Thomas Anderson, avec un soutien appuyé de beaucoup d'autres comme J.J. Abrams, Damien Chazelle, Ang Lee, Rian Johnson, Patty Jenkins, Reed Morano, M. Night Shyamalan ou encore Ava DuVernay.

Nous avons par ailleurs mis en place une campagne très active et engagée sur les réseaux sociaux pour soutenir le Filmmaker Mode avec le soutien de la communauté créative. Cette dernière comprend notamment de courtes vidéos de 15 à 30 secondes parfaitement adaptées aux réseaux sociaux, réalisées en collaboration avec les cinéastes soutenant l'introduction du Filmmaker Mode. Nous développons également de nouvelles ressources vidéo, dont une courte vidéo de 2 à 3 minutes qui racontera l'histoire du Filmmaker Mode pour une utilisation sur les salons professionnels, les événements et chez les retailers. Bien évidemment, nous serons présents au CES 2020 en janvier où nous prévoyons un grand événement. Nous travaillons en collaboration avec nos partenaires de l'EGP sur des annonces anticipées de leur part, de lancement de premiers ensembles de produits incorporant le Filmmaker Mode.



Qu'en sera-t-il en Europe et en particulier en France ?

En ce qui concerne nos actions dans l'Union européenne, et en particulier en France, nous coopérons de longue date avec l'UHD Partners France, et nous espérons poursuivre notre collaboration avec eux. Nous travaillons en étroite collaboration avec eux lors de leur conférence annuelle de décembre, qui est devenue l'un des événements les plus importants à Paris. Avec leur base élargie de sociétés membres, issues de l'ensemble de l'écosystème UHD, le partenariat entre l'UHD Alliance et l'UHD Partners France est un excellent moyen de renforcer la sensibilisation et la compréhension de ce qu'apportent les téléviseurs et contenus UHD. A cette fin, nous avons travaillé main dans la main pour augmenter la visibilité de l'UHD lors d'événement comme le Paris Audio Video Show, et nous avons collaboré ensemble pour développer du matériel éducatif et des vidéos, à destination des consommateurs, de la presse et des retailers, adaptés au marché français. L'objectif des deux organisations est d'offrir une expérience premium aux consommateurs et cela reste notre priorité absolue. Nous attendons avec impatience la prochaine conférence annuelle de l'UHD Partners France qui se tiendra le 4 décembre prochain à Paris.

Quels sont vos objectifs pour 2020 ? Pour vous, quels sont les plus grandes opportunités et les plus grands défis ?

Nos objectifs pour 2020 seront de continuer à vanter les avantages et les mérites du Filmmaker Mode auprès des consommateurs et de soutenir les revendeurs qui contribueront à introduire ce dernier sur le marché avec l'arrivée de nouveaux téléviseurs compatibles. Nous continuerons en outre à travailler avec nos sociétés membres afin d'aider à l'expansion du nombre de téléviseurs disponibles, incluant ce nouveau mode, ainsi qu'avec les éditeurs / distributeurs afin de les aider dans l'inclusion des métadonnées requises pour l'activation automatique.

Les opportunités sont considérables avec l'expansion continue du nombre de téléviseurs UHD 4K sur le marché auprès d'un public de plus en plus large. Nous nous attendons également à poursuivre notre collaboration avec la communauté créative pour promouvoir le Filmmaker Mode et toucher les cinéphiles qui aiment les films et aimeraient les regarder tel que le réalisateur l'a souhaité.

Les défis sont de s'assurer que les consommateurs soient au courant de l'arrivée de ce nouveau mode et de continuer à développer et augmenter le nombre de fabricants d'EGP supportant cette nouvelle fonctionnalité excitante. Nous sommes persuadés que les consommateurs réagiront très positivement. De fait, nous avons mené cette année une enquête auprès des consommateurs qui révèle que 88 % des 4 000 consommateurs interrogés seraient prêts à acheter un téléviseur avec le Filmmaker Mode. Un chiffre qui passe à 94 % lorsqu'on s'intéresse uniquement aux possesseurs de TV 4K. ■