

## La télévision numérique: le câble serait-il menacé?

par Jean-Pierre Laurendeau

**O**n parle beaucoup depuis quelque temps des transformations du monde de la télévision et de la câblodistribution: plus de choix, une technologie plus sophistiquée et une explosion de nouveaux services.

Les canaux de télévision spécialisés encombrant les services câblés, qui d'autre part semblent tenir les consommateurs pour acquis: à Montréal, le forfait Télémax de Vidéotron est beaucoup plus intéressant dans le West Island (on propose Bravo! CNN, Showcase et A&E!) que dans l'est de la ville. C'est en quelque sorte «l'héritage» de CF-Câble, acheté depuis par Vidéotron. En effet, celle-ci a agencé ses «bouquets» de canaux de telle sorte que le service de base offre les chaînes spécialisées les moins intéressantes, les autres étant offertes avec un «léger» supplément.

Auparavant, nous étions «prisonniers» de Vidéotron. Nous avons et aurons de plus en plus de choix. Bell Canada expérimente des services de câblodistribution dans le secteur de Repentigny et Téléglobe Canada s'engage dans Look Télé, un service de câblodistribution qui utilise une technologie proche du cellulaire. Ce service entièrement numérique sera offert à l'automne 1998 et comprendra, notamment, la programmation locale et des choix semblables à ceux du câble. Contrairement au satellite, on n'aura pas besoin de s'acheter la quincaillerie, elle sera incluse dans l'abonnement mensuel. Depuis déjà quelques mois, on peut se procurer les services de distribution par satellite partout au Québec. Les nouvelles antennes sont très peu encombrantes et offrent une alternative pour les endroits qui ne sont pas desservis par le câble.

Une autre révolution se pointe à l'horizon et pourrait encore modifier le paysage audiovisuel de façon majeure: la télévision numérique. Cette technologie nouvelle nous promet une image parfaite, un son de qualité CD et une quantité de bénéfices liés au mode de distribution numérique. Beaucoup de consommateurs ont abandonné les antennes intérieures, celles que l'on appelait affectueusement les «oreilles de lapin», pour le câble. Une meilleure image, plus de choix, mais pour un coût mensuel qui varie entre 25 \$ et 70 \$ par mois. Mais que se passera-t-il quand la diffusion numérique offrira une réception parfaite, un son de haute qualité et un plus grand choix de programmes? Le tout sans facture mensuelle pour le consommateur?

La télévision actuelle est analogique. Le standard NTSC (National Television Standard Committee) remonte à la fin des années 40. Beaucoup de gens croyaient que le standard analogique haute définition MUSE, proposé par les Japonais dans les années 80, allait devenir la norme avant l'an 2000. Le protectionnisme américain et l'explosion des technologies numériques ont eu raison de ce standard arrivé trop vite. Les Américains voulaient créer leur propre standard et tirer profit de leur avance dans le domaine des technologies de l'informatique et du multimédia. Le nouveau standard de diffusion pour la télé allait voir le jour à Silicon Valley... C'est pourquoi l'attente a été longue, mais la Federal Communication Commission (FCC, l'équivalent américain du CRTC) a finalement pu annoncer il y a quelques mois un nouveau standard de diffusion numérique basé sur la norme M-Peg 2.

La diffusion analogique d'aujourd'hui utilise deux parties du spectre électromagnétique: les Very High Frequencies (VHF) et Ultra High Frequencies (UHF). Pour diffuser un canal de télévision sur ces portions du spectre, il faut utiliser 6 mégahertz. De plus, il ne faut pas que deux chaînes soient côte à côte. C'est pourquoi il y a au moins un espace entre deux positions: entre le 10 et le 12, la position 11 doit demeurer inutilisée. La diffusion analogique éprouve quelques difficultés: par exemple, l'image se double d'une image fantôme. C'est particulièrement apparent lorsque le fond de l'image est uni. Dans une joute de hockey, on verra les joueurs ainsi qu'une image fantôme des joueurs qui se découpe sur la glace.

L'image numérique sera parfaite: on la recevra sans défaut, ou elle sera complètement absente.

*«L'industrie prévoit qu'environ 1 ou 2 p. 100 de la population adoptera le nouveau produit lors de la première année. La pénétration ne sera pas fulgurante. Mais après huit ans, la part de marché du numérique pourrait être de 60 à 70 p. 100, prévoit Michael McEwen (président de Télévision numérique canadienne). Le temps que tout le monde ait acheté les nouveaux récepteurs... et que les prix aient baissé, comme dans le cas des lecteurs de disques compacts.*

*«Pendant toutes ces années, les grands réseaux diffuseront leur signal à la fois sur le mode analogique actuel et sur le nouveau mode numérique. Aux États-Unis, il est prévu qu'après les grands réseaux "ferment le robinet" analogique.*

*«"Ce n'est pas réaliste", commente Michael McEwen, qui croit que les réseaux devront diffuser dans les deux modes tant que le consommateur le demandera.*

*«La transmission numérique ouvre la porte à la télé à la pièce, mais là encore Michael McEwen ne croit pas que toute la télé se vendra à la pièce, avec possibilité de visionner*