

Normand Bélisle - Inpix Média

Le défi de la télévision interactive sur PC

AU FIL DES ANS, NORMAND BÉLISLE A RELEVÉ DES DÉFIS DE PLUS EN PLUS GRANDS DANS LE MULTIMÉDIA AVANT DE S'ATTAQUER À CELUI DE LA TÉLÉVISION INTERACTIVE, MAIS SUR PC. LA GRANDE QUESTION AVEC LAQUELLE IL JONGLE AUJOURD'HUI EST LA SUIVANTE : EST-IL POSSIBLE DE TRANSFORMER LE PC EN MÉDIUM TÉLÉVISUEL ?

Voilà un bon moment que Normand Bélisle se préparait pour cette bataille. Chez Québecor, il a assumé diverses fonctions dans les domaines du livre et de l'imprimerie, et occupé le poste de président de Québecor Multimedia, jusqu'en juillet 1999. Puis, il a définitivement fait le saut du côté de Groupe Pixcom, où il tient les rênes de la nouvelle filiale, Inpix Média.

« Le secteur de la télévision m'intéressait, dit-il, particulièrement pour son développement interactif et pour Internet. J'ai pensé que je pourrais réaliser plus rapidement mes ambitions en dehors de Québecor. Jusqu'ici, les événements m'ont donné raison. »

Le but de sa mission : la télévision Internet. Pour la réaliser, il faut changer le médium lui-même. « Le PC va devenir un médium véhiculant du contenu vidéo,

ordinateur accepteront-ils de consommer leur matériel en vidéo continue ? Enfin, troisième obstacle : est-il possible de mettre au point un véhicule publicitaire qui soit plus efficace et plus rentable que les bannières statiques actuelles du Web ?

Normand Bélisle fait le pari que ces trois obstacles tomberont les uns après les autres. Pour y parvenir, toutefois, il ne suffit pas de reproduire sur écran de PC les formules éprouvées de la télévision.

Inpix Média combine savamment les capacités d'interactivité et de média d'Internet pour mettre au point des contenus vidéo dans lesquels est insérée la matière publicitaire. Son créneau est approprié pour le Net : il s'agit d'information, non de divertissement. Par exemple, dans une capsule qui fait la présentation d'une nouvelle laveuse intelligente, l'internaute peut cliquer sur des

« Le PC va devenir un médium véhiculant du contenu vidéo. »

affirme l'homme d'affaires, alors qu'il a été jusqu'ici un lecteur de texte. » Une transformation de taille devant laquelle se dressent trois obstacles.

Le premier réside du côté de la diffusion des connexions Internet à haute vitesse, que ce soit par modem-câble ou par ligne téléphonique à haut débit de type ADSL. C'est l'obstacle le plus facile à surmonter puisque le temps et la diffusion de lignes à haute vitesse sont en train de le faire tomber de lui-même.

L'autre embûche tient aux habitudes des internautes. Jusqu'ici, Internet a surtout été utilisé comme un gros album de texte illustré. Les gens assis devant leur

éléments de la présentation pour être renvoyé par hyperlien vers le fabricant ou vers des sites d'information complémentaire. « On intègre l'aspect promotionnel au contenu lui-même », résume Normand Bélisle.

Un grand avantage sur lequel compte Inpix est celui de la culture d'interactivité qui s'est développée sur Internet, avantage qui est loin d'être acquis dans l'autre secteur en développement, celui de la télévision interactive. « Je ne suis pas sûr qu'on acquière le réflexe de faire affaire par télévision avant bien des années. Même sur PC, il y a des gens qui ne l'ont pas encore développé... » (Y. B.)