Téléviseurs

Dans la jungle des spécifications

© PHILIPS

Avec les vagues incessantes de progrès dont bénéficie le marché des téléviseurs plats, difficile de se maintenir à niveau et de conseiller au mieux une clientèle de plus en plus exigeante. Mais l'innovation ne touche malheureusement pas que l'électronique. Le marketing connait sa dose d'innovations avec à la clé des spécifications toujours plus difficiles à décrypter. par Benoît Dupont

Contraste, latence, 24p, 1080i, 100Hz, quel est le meilleur « bouquet » technologique à s'offrir quand on souhaite disposer du meilleur téléviseur qui soit selon son budget ? Voilà la question que se pose la plupart des acheteurs. Et ils aimeraient bien que le magasin et le vendeur leur répondent au moins sur certains points essentiels, notamment en termes d'adéquation avec leurs usages : cinéma haute définition, TV hertzienne ou encore jeu vidéo. Hélas, la réalité n'est pas très réjouissante avec le plus souvent des rayons qui entassent les produits sans explications et des vendeurs peu à même d'en fournir. Le fait est que les constructeurs ne simplifient pas la tâche, modifiant les normes à leur gré afin d'améliorer leurs chiffres, détournant carrément des termes de leur usage original pour en faire un argument marketing de plus. Ajoutez à cela une formation qui fait souvent défaut aux forces de vente d'un côté et aux vendeurs de l'autre et vous comprendrez que devant le flou général, le consommateur est perdu et ne choisisse pas en connaissance de cause, ce qui empêche souvent la montée en gamme.

Le grand n'importe quoi des spécifications

C'est vrai, les fiches techniques des téléviseurs ressemblent de plus en plus à une page d'annuaire. De plus, les informations qu'elles présentent sont la plupart du temps complètement fausses, faute de précision sur les conditions de mesure qui varient assurément d'un constructeur à l'autre. Point particulièrement folklorique sur les fiches techniques des écrans LCD, la réactivité spécifiée en millisecondes ne veut plus dire grand chose aujourd'hui. Certains téléviseurs 8 ms sont plus réactifs que des 4 ms, alors que certains 6 ms établissent des records lors des mesures que nous réalisons en laboratoire. Les valeurs absolues annoncées sont toutes fausses. La comparaison même relative des valeurs entres écrans est un exercice périlleux. En plus de cela, la quantité de traînée à l'écran induite par excès de rémanence de la dalle LCD dépend également du traitement choisi par l'utilisateur. Ainsi, certains filtres anti-bruit augmentent la rémanence. Il semble difficile aujourd'hui de reporter les chiffres avancés par les constructeurs tant ils sont faux. Une solution consisterait à exploiter les données d'un laboratoire indépendant qui teste toutes les dalles de manière identique, mais ce n'est pas à la portée de toutes les enseignes. Au rang des spécifications sans intérêt, on peut citer également la luminosité. Les écrans sont tous sur-spécifiés de ce point de vue quelle

plats

que soit leur taille pour une utilisation domestique. Pis encore, la luminosité peut devenir un argument de vente contre-productif à une heure où la presse spécialisée montre que la consommation des téléviseurs dépend très fortement de la brillance de la dalle. Autrement dit, un écran trop lumineux sera bientôt perçu comme un gouffre énergétique.

100Hz, quésako ?

Avec tout cela, le client se retrouve vite perdu si l'on n'est pas capable de l'aiguiller correctement. Conscient de cette difficulté, les constructeurs ont tenté de se raccrocher à l'existant en introduisant des notions directement issues du monde de la télévision… cathodique ! C'est ainsi que le 100Hz a fait une réapparition remarquée en 2007. Seulement voilà, sous cette appellation bien connue, on trouve tout et n'importe quoi. Ainsi, chez certains constructeurs le 100Hz consiste à adresser plus rapidement la dalle LCD afin de réduire les effets de latences. Chez d'autres, il s'agit de calculer des images intermédiaires autrement que par la classique méthode 3 :2 pull-down, et ce afin de réduire les saccades dans l'image. On trouve même aujourd'hui des écrans plasma 100Hz alors que par définition cette technologie ne connaît pas la latence, allez comprendre… Bref, c'est un peu une appellation fourre-tout, sans grand rapport avec le 100Hz d'origine cathodique. Au final, c'est encore le consommateur qui trinque. A défaut d'informations claires, beaucoup ne retienne que l'argument basique « 100Hz, c'est mieux », sans vraiment comprendre de quoi il en retourne. Parfois même, le consommateur ne fait pas la différence à l'écran à tel point qu'il vient à douter de sa réalité. Il est dans le flou le plus total ce qui est contre-productif car il n'est plus en mesure de distinguer ce qui améliore réellement la qualité de l'écran et mérite qu'on investisse davantage de ce qui n'est que poudre aux yeux. Et cela peut conduire à négliger complètement l'aspect qualitatif pour ne s'intéresser plus qu'au prix.

Comment y remédier

Si nous tirons le signal d'alarme, c'est qu'il est grand temps d'agir pour que le téléviseur ne perde pas son statut d'appareil de haute technologie auprès du grand public. Déjà le premier point serait que les constructeurs se mettent d'accord pour des caractéristiques communes qui aient un sens. Car actuellement cette guerre à la spécification apporte peut-être de-ci de-là une vente par rapport au concurrent mais à terme, c'est surtout se tirer une balle dans le pied. De même à une époque où le traitement d'image fait toute la différence, il serait bien que la réalité prenne le pas sur le marketing avec des énoncés clairs sur ce qu'apporte une technologie. Et les mots simples et compréhensibles ne manquent pas comme fluidité, netteté, fidélité des couleurs, etc. En attendant que les constructeurs adaptent leur discours et leurs fiches produits, il est déjà possible d'organiser son rayon en décryptant en amont. Ainsi, à l'intérieur d'une diagonale, il est possible d'illustrer une montée en gamme par une signalétique claire. Il faut alors arbitrer sur les produits pour créer une hiérarchie et c'est un exercice délicat en dehors d'un laboratoire de test. Sinon, on peut toujours illustrer le propos par une démonstration avec une source de qualité comme un Blu-ray.

Cas pratique

Pas plus tard que la semaine dernière, un lecteur de notre revue grand public, Ere Numérique, nous a envoyé un e-mail parce qu'il ne comprenait pas pourquoi nous recommandions un téléviseur doté d'un contraste à 1000 :1 alors que dans le même temps, un appareil moins bien noté offraient 15 000 :1. On voit ici combien il est incertain de se fier aux spécifications données par le constructeur pour faire son choix. Dans le premier cas, il s'agit du contraste statique de la dalle. Dans le second, cette même mesure est prise dans des conditions dynamiques, c'est à dire en tenant compte de l'électronique interne capable d'adapter la luminosité en fonction de la scène regardée. Le contraste statique est toujours plus faible que le contraste dynamique. Et si le premier téléviseur présentait effectivement un contraste statique de 1000 :1, son contraste dynamique est quand à lui évalué à 18 000 :1. Il est donc évident que les conditions de mesures sont importantes lors de l'écriture des spécifications et il faut toujours veiller à présenter des données prises tant que possible dans des conditions similaires. En l'occurrence c'est un exercice difficile car le contraste dynamique ne répond pas vraiment à des normes bien définies. En clair, les constructeurs disent ce qu'ils veulent.