

NPA vous en a parlé en 2020 : 10 dossiers clés

Projet de loi audiovisuel, transposition de la directive SMA, publicité segmentée, menaces d'effondrement de l'économie du football, AVoD et SVoD, lancement de la 5G ...: tout au long de l'année NPA a décrypté les grands enjeux du secteur. Dix dossiers clés à lire ou relire

1. L'Équipement OTT

Un Français sur deux dispose aujourd'hui d'un équipement directement destiné au visionnage OTT : clés HDMI (13,2%), box OTT (11,5%) ou Smart TV (38,2%), et une pénétration globale de 48% compte tenu du multi-équipement de certains foyers (source : Baromètre OTT NPA Conseil / Harris Interactive). La proportion atteint 95% si l'on y ajoute ordinateurs, smartphones et tablettes, qui permettent de regarder des programmes sans que cela constitue leur usage principal. CSP+, population masculine et 35/49 ans sont les plus équipés.

Ces équipements, couplés avec la montée en puissance des abonnements à la SVoD, transforment en profondeur les usages, au risque de remettre en cause le lien qui s'est noué entre les Français et leur box depuis 2003 (lancement des premières offres 3P) : cette dernière n'est citée que par quatre abonnés SVoD sur dix comme constituant leur moyen d'accès privilégié aux programmes.

A lire : EXCLUSIF : Grâce à l'OTT, la SVoD distance la Pay TV

2. Un Français sur deux abonné à la SVoD

A la fin septembre 2020, 49,8 % des Français étaient abonnés à au moins un service de SVoD, selon le Baromètre OTT/ NPA Conseil / Harris Interactive. C'est une progression de 2,6 points depuis fin juillet : à ce rythme, plus de la moitié de la population disposera d'un abonnement à la fin de l'année. La population abonnée est plus jeune que la moyenne française. Deux jeunes de 15/24 ans sur trois ont un abonnement. Netflix continue à faire la course en tête et gagne encore en pénétration avec 36,6 % de Français abonnés.

A noter que plus de huit abonnés SVoD sur dix sont passés par le Web – plutôt que par leur box – pour souscrire à l'un au moins des services dont ils sont clients.

A lire aussi :

<https://insight.npaconseil.com/2020/11/17/svod-france-le-cap-des-50-dabonnes-franchi-avant-noel/>

<https://insight.npaconseil.com/2020/09/02/exclusif-grace-a-lott-la-svod-distance-la-pay-tv/>

3. L'AVoD et l'arrivée de Pluto en janvier

Avec son nouveau service Mango, Molotov s'est lancé en fin d'année dans la course de la vidéo à la demande financée par la publicité (AVOD). Il a signé le 24 novembre avec Sony Pictures pour des droits sur une sélection de longs métrages. Il rejoint deux autres offres déjà disponibles en France, Rakuten TV et Plex. Les catalogues sont pour l'instant insuffisants, en quantité comme en qualité pour faire décoller un marché pourtant jugé prometteur. Le lancement en 2021 de Pluto TV, dès le mois de janvier comme l'a révélé NPA pourrait changer la donne. Aujourd'hui déployé dans 24 pays, le service de ViacomCBS compte déjà 36 millions d'utilisateurs actifs mensuels dont 7,5 à l'international.

S'agissant des services de replay des principaux groupes audiovisuels (6Play, ARTE.tv, France.tv, myTF1), le Baromètre OTT NPA / Harris Interactive indique que 7 Français sur 10 en sont aujourd'hui utilisateurs, dont un tiers plusieurs fois par semaine.

A Lire également :

Les premiers services AVOD disponibles en France restent pour l'instant peu attractifs

Exclusif NPA : Pluto TV (ViacomCBS) lancé en France dès janvier 2021

4. Directive SMA et contribution des SMAD à la production

Alors que le projet de décret fixant notamment le montant de la contribution des plateformes de vidéo à la demande à la création française, a été mis en consultation du 28 octobre au 10 novembre, NPA Conseil a fait le point sur ce qui est envisagé chez nos voisins européens, dans le contexte de la transposition de la directive SMA. Au-delà de la France, à ce stade dans les autres Etats membres de l'UE le taux maximal du chiffre d'affaires que les plateformes devront consacrer au financement de la production est de... 5 %.

En l'état du texte (et avec un taux unique de 20% qui serait finalement retenu dans l'Hexagone), les obligations d'investissement dans la production des plateformes de VOD représenteront en France environ 250 millions d'euros dès la première année, selon les estimations de NPA Conseil. La part du cinéma serait d'environ 50 M€, dont 30 M€ pour le cinéma indépendant d'initiative française

En Grande Bretagne, l'extension du Tax Relief à la production audiovisuelle premium (HETV) en 2013, a fait bondir les montants investis dans la production. Au risque de provoquer dans le secteur des tensions - inflation des coûts, pénurie des talents... et finalement risque d'éviction des chaînes historiques au bénéfice des plateformes de SvoD Amazon et Netflix qui ont apporté la moitié des nouveaux financements.

A Lire :

Directive SMA et contribution des SMAD à la production : pas de taux supérieur à 5% dans les autres Etats-membre

Royaume-Uni : paradis artificiel du développement de la production
Estimation NPA - Les plateformes devront investir au moins 50 M€ dans le cinéma

5. **Vers un cinéma à deux vitesses**

Le nouveau décret SMAD vise principalement à soumettre les plateformes de SVoD étrangères opérant dans l'Hexagone aux modalités traditionnelles de financement du cinéma français, et à les intégrer à la chronologie des médias. Les plateformes de VOD pourront choisir de faire rentrer les films français ou européens qu'ils financent dans un schéma d'exploitation classique, intégrant sortie en salle en France et application de la chronologie des médias. Elles pourront aussi continuer à financer des films qu'elles mettront directement en ligne sans passer par la salle comme elles le font aujourd'hui, et en imputant le coût à leur contribution à la production audiovisuelle. Elles pourront enfin contourner la réglementation en allouant une partie de leur contribution cinéma à des films dont l'« exploitation commerciale » en salle est réalisée dans un marché tiers, où qu'il soit situé. Elles n'auront pas alors l'obligation d'attendre 36 mois (en l'état du droit) pour les mettre en ligne, ni même la fenêtre rapprochée qui pourrait résulter de la négociation professionnelle sur la chronologie engagée mercredi 9 décembre sous l'égide du CNC. Cette possibilité sera-t-elle exclue dans la version définitive du nouveau décret qui est attendue avant la fin de l'année ?

A Lire :

Le cinéma à deux vitesses est déjà une réalité

Cinéma & Décret SMAD : une liberté presque totale laissée aux plateformes de SVoD

Le cinéma se regardera-t-il encore sur grand écran ?

6. **Directive SMA : la Commission européenne précise le calcul des obligations d'exposition (30% d'œuvre européennes)**

La Commission européenne a publié ses lignes directrices sur la façon dont les Etats membres doivent intégrer la directive « Services de Médias Audiovisuels » de 2018 dans leur droit interne. Les lignes directrices concernent la méthode de calcul pour le quota de 30 % d'œuvres européennes dans les catalogues des services à la demande, l'exonération des services à faible audience ou faible chiffre d'affaires et la définition des « plateformes de partage de vidéos ». INSIGHT NPA avait publié en septembre 2019 les projets alors en débat à la Commission... et qui s'avèrent identiques en tous points à la rédaction finale, sans que les raisons du retard de cette publication apparaissent clairement.

Il est à noter qu'en vertu du principe du pays d'origine, il reviendra à l'Etat membre auquel le service est administrativement rattaché de vérifier le respect de ces quotas, pour le compte des différents pays dans lesquels il est distribué. Les Pays-Bas, par exemple, concernant Netflix.

A Lire :

EXCLUSIVITE NPA / Quotas d'œuvres européennes, contribution au financement de la création... Les choix de la Commission européenne pour l'application de la directive « SMA »

La Commission européenne publie ses lignes directrices pour la transposition de la directive SMA

7. **Rebond possible pour le PJJ audiovisuel ?**

NPA Conseil a suivi en temps réel l'examen du projet de loi audiovisuel abandonné au printemps en raison de la crise sanitaire. Un projet de loi « resserré » autour des enjeux liés au piratage est voulu par la ministre de la Culture et l'ensemble des forces politiques à l'exception de la France Insoumise, en 2021. Il pourrait reprendre les travaux des commissions parlementaires sur l'ancien projet de loi. L'occasion de (re)découvrir nos contributions pour anticiper sur ce que pourrait contenir ce prochain texte.

A lire dans :

<https://insight.npaconseil.com/2020/02/19/pjl-audiovisuel-les-questions-a-resoudre-sur-le-financement-de-la-production/>

<https://insight.npaconseil.com/2020/02/19/pjl-audiovisuel-franck-riester-repond-aux-inquietudes-des-deputes-sur-laudiovisuel-exterieur/>

<https://insight.npaconseil.com/2020/02/26/pjl-audiovisuel-examen-et-adoption-par-la-commission-des-affaires-etrangees/>

<https://insight.npaconseil.com/2020/02/26/pjl-audiovisuel-examen-et-adoption-par-la-commission-des-affaires-economiques/>

<https://insight.npaconseil.com/2020/03/04/pjl-audiovisuel-examen-par-la-commission-des-affaires-culturelles/>

<https://insight.npaconseil.com/2020/03/11/pjl-audiovisuel-les-premiers-arbitrages-des-deputes/>

8. **Menaces sur les revenus publicitaires / Publicité segmentée**

Mercédès Erra a remis le 10 août 2020 à Bruno Le Maire un rapport d'évaluation de la proposition de loi « pour faire de la publicité un levier au service de la transition écologique et de la sobriété et pour réduire les incitations à la surconsommation » déposée devant l'Assemblée Nationale par le député (EDS) Matthieu Orphelin. NPA vous l'a fait découvrir. La publicitaire a rédigé ce rapport au nom de la Filière Communication, dont le gouvernement lui a confié l'animation. Par la suite, la Filière Communication s'est retrouvée pour des Etats Généraux de la Communication le 27 novembre afin d'affirmer sa volonté de s'inscrire dans la transition écologique, mais aussi pour parler des enjeux de la révolution qu'apporte la publicité segmentée.

A retrouver dans :

Exclusif NPA Conseil : le rapport confidentiel à Bruno le Maire qui crucifie la PPL Orphelin
La publicité segmentée sur la TV linéaire fait ses premiers pas avec Orange et FranceTV

Publicité

2020 : l'an N-1 de la TV segmentée

9. **Déploiement de la 5G**

Les premières offres commerciales 5G ont été lancées au cours des dernières semaines de 2020, après que les enchères pour l'attribution des fréquences, d'abord prévues au printemps 2020, se soient finalement déroulées fin septembre (pour un total de 2,8 Mds€). Or, les débats sur les risques sanitaires, environnementaux et de souveraineté, beaucoup plus discrets lors du déploiement de la 4G, ne sont sans doute pas prêts de s'estomper. NPA avait contribué à en rappeler les termes essentiels et établi une cartographie des députés et sénateurs les plus actifs sur le sujet, avec l'appui de son Service Parlement.

En savoir plus

Risques sanitaires, environnementaux et de souveraineté : le point sur l'actualité des débats

Cartographie des députés et sénateurs actifs sur les sujets 5G et Télécommunications

Les premiers forfaits 5G d'Orange tarifés au volume de données

10. **Le Football français peut-il s'effondrer ?**

L'arithmétique est parfois cruelle, quand elle conduit à additionner les pertes et les manques à gagner.

Pour les clubs de la Ligue 1, NPA Conseil avait estimé au mois d'octobre que « l'effet Covid », sur la billetterie, sur le merchandising et sur le sponsoring pourrait totaliser 500 M€ de pertes sur la saison 2020/2021... La défaillance confirmée de Mediapro, et les mesures prises pour endiguer la 2^e vague de l'épidémie conduisent aujourd'hui à réviser cette estimation... pour la doubler.

A Lire :

« La Ligue 1 tout près de l'effondrement ». Un dossier SPORT INDEX, Sport Business Club et Sportune.

« Crise du Covid + Mediapro = 50 % de recettes en moins pour le football français »

Et aussi...

Radio

La radio attend la modernisation de sa régulation et notre dossier radio dans Insight Npa #983