

2021 : le cadeau empoisonné des autorités fiscales à Canal+ et aux acteurs de la TV payante

On pensait que l'arrivée de vaccins certifiés par les autorités sanitaires aurait placé 2021 sous le signe d'une victoire rapide contre le virus. Et puis, avant même que démarrent les querelles gauloises sur la stratégie d'administration de ce dernier, l'annonce de la variante britannique, puis celles d'un reconfinement total du Royaume-Uni a douché ces espoirs.

Médias et télécoms n'échapperont pas à ces « en même temps », qui brouillent vision et prévision concernant le déroulement de l'année qui démarre.

La production, par exemple, devrait se réjouir de l'entrée en vigueur annoncée du décret SMAD, et de l'afflux de financements supplémentaires dont il devrait être porteur ; les annonces attendues de la part du gouvernement (ce jeudi 7 à midi) ne dissiperont pas les angoisses sur les dates de réouvertures des salles de cinéma, leurs conséquences sur l'économie des exploitants mais aussi de tous ceux (VoD, pay TV 1ère et 2e fenêtre...) qui sont dépendants de la chronologie des médias.

Si elle est pour partie dépendante du rythme général de redémarrage de l'économie, la publicité TV pouvait miser sur la montée en puissance de la publicité segmentée pour accentuer son rebond ; le « en même temps » a pour nom AVoD. Cet INSIGHT NPA y consacre de larges développements. Et à défaut de prendre dès 2021 une place significative d'un point de vue économique, l'AVoD pourrait perturber la tâche des grandes régies TV.

Entre engagement des opérateurs, résistances de certains édiles locaux, et prise de fonction d'une nouvelle présidente - Laure de la Raudière - à l'ARCEP, le rythme de montée en puissance de la 5G souffre lui aussi de quelques incertitudes pour les 12 mois à venir.

Reste la pay TV. Et de ce point de vue, c'est le Parlement qui s'est chargé d'ajouter aux incertitudes. Un article de la loi de Finances - passé sous le radar au titre des « dispositions techniques » - prévoit que les offres dites « composites » (la combinaison, par exemple, d'un service de TV payante et d'un service de SVoD) seront désormais globalement soumises au taux de TVA le plus élevé de leurs composantes (20%, en l'espèce, taux applicable à la SVoD, alors que celui de la pay TV est de 10%). Editeurs ou distributeurs auront le choix - le seul qui leur est laissé - entre l'intégration au tarif - donc l'augmentation des prix facturés - et l'imputation sur leurs marges.

Ce gouvernement - comme les précédents - s'est fait fort d'oeuvrer dans le sens de l'équité fiscale entre services nationaux et offres de groupes globaux.

Cadeau de nouvelle année singulier si on prend en compte cet objectif.

Bonne année à tous