

Horizon 2030 : cinq dossiers spéciaux et des contributeurs exceptionnels pour le n°1000 de l'Insight NPA !

Au printemps 2001, la note de veille INSIGHT NPA (à l'époque dénommée Flash NPA) a été le premier service proposé par NPA Conseils aux professionnels des médias, des télécommunications, de la communication et du numérique.

Le 15 avril 2021 en marquait la **1000^e parution**.

Pour l'occasion, et au travers de 5 dossiers spéciaux, les consultants de NPA se sont attachés à décrypter les tendances majeures qui marqueront la prochaine décennie :

- **Les Enjeux d'une connectivité globale en 2030 - Episode 1**

Trois milliards d'humains à connecter avant la fin de la décennie. Un débouché majeur pour les industries culturelles mais un défi financier et technologique sans précédent pour les télécoms.

- **La régulation, entre approche globale des acteurs mondiaux et volonté des Etats de défendre leur souveraineté numérique - Episode 2**

La capacité à maîtriser son destin numérique est une préoccupation majeure pour les dirigeants politiques des nations dominées par la technologie américaine et demain aussi sans doute chinoise. Fiscalité, industrie, innovation : la souveraineté numérique est multidimensionnelle. Autant d'enjeux à relever pour l'atteindre.

- **Business models: réinventer l'économie des secteurs culturels - Episode 3**

L'économie des industries culturelles a engagé sa dématérialisation dès la fin des années 1990. Le basculement des usages est presque total, et la crise sanitaire a contribué à l'accélérer encore. La révolution des modes de distribution des biens culturels et des modèles économiques associés reste, elle, à achever.

L'avenir de l'audiovisuel et de ses contenus - Episode 4

Si la crise sanitaire a profité à la consommation de programmes, elle a aussi bénéficié à d'autres pratiques numériques, notamment le jeu vidéo. Face à la multiplication des services, préparer au mieux l'après-crise sanitaire suppose aussi de revoir certains fondamentaux. La mesure des usages et le suivi du marché publicitaire en particulier

- **Les nouveaux pôles de croissance du numérique et de l'audiovisuel : Afrique, Inde, Chine - Episode 5**

Retard numérique, croissance démographique exceptionnelle, et ambition de s'affirmer parmi les premières puissances mondiales : l'Afrique subsaharienne, l'Inde et la Chine sont les terres numériques et audiovisuelles de demain. Et les GAFAs et autres acteurs régionaux et internationaux du marché de l'audiovisuel veulent conquérir ces zones.

- **22 contributeurs exceptionnels partagent leur vision des enjeux clés pour 2030 - Episode 6**

Raphaël de Andréis (Havas) ; **Yves Bigot** (TV5 Monde) ; **Edouard Boccon-Gibod** (EuropaCorp) ; **Christian Bombrun** (Orange) ; **Pascal Breton** (Fédération Entertainment) ; **Pierre-Antoine Capton** (Mediawan) ; **Marie-Laure Daridan** (Netflix) ; **Arthur Dreyfuss** (Altice Media France) ; **Delphine Ernotte** (France Télévision) ; **Hélène Etzi** (Walt Disney Company France) ; **Bibiane Godfroid** (Newen) ; **Roch-Olivier Maistre** (CSA) ; **Marc Missonnier** (Moana Films) ; **Gilles Pélisson** (TF1) ; **Pascal Rogard** (SACD) ; **Hervé Rony** (SCAM) ; **Stéphane Roussel** (Vivendi) ; **Maxime Saada** (CANAL+) ; **Marie-Christine Saragosse** (France Médias Monde) ; **Laurent Solly** (Facebook) ; **Nicolas de Tavernost** (M6) ; **Sibyle Veil** (Radio France).

NPA Conseil les en remercie très chaleureusement, et est heureux de partager gracieusement ce dossier vraiment spécial avec l'ensemble des professionnels.

Il vous suffit pour cela de **cliquer ici**

Ils nous ont dit :

RAPHAËL DE ANDRÉIS : « *La communication efficace accélère tout. Elle le fait au service de l'impérative transformation écologique* »

YVES BIGOT : « *Financer le service public audiovisuel sera plus que jamais le prix de la liberté* »

ÉDQUARD BOCCON-GIBOD : « *La vente annoncée de M6 marque le début de la tectonique des plaques* »

CHRISTIAN BOMBRUN : « Permettre aux plateformes de contribuer à la création, et aux acteurs historiques de continuer à jouer leur rôle dans le rayonnement culturel français »

PASCAL BRETON : « La bataille pour attirer et conserver les talents sera l'un des enjeux principaux de la prochaine décennie »

PIERRE-ANTOINE CAPTON : « Dans 10 ans, on ne fera plus de distinction entre plateformes et diffuseurs traditionnel »

MARIE-LAURE DARIDAN : « Netflix doit jouer son rôle de leader en termes de réduction des émissions de CO2 »

ARTHUR DREYFUSS : « La digitalisation : une formidable opportunité de se réinventer pour les médias traditionnels »

DELPHINE ERNOTTE : « En nous alliant, nous pouvons rester des médias de référence pour tous les publics »

HÉLÈNE ETZI : « Que les normes qui s'écrivent soient ouvertes, équitables, et ne contribuent pas à un isolement au détriment des opérateurs basés en France »

BIBIANE GODFROID : « La production française sortira encore plus forte, agile et créative de cette crise »

ROCH-OLIVIER MAISTRE : « Les défis de la révolution des plateformes : adapter nos règles aux SMA ; tenir compte des nouveaux modes d'accès aux contenus »

MARC MISSONNIER : « Les chaînes traditionnelles doivent investir massivement dans des programmes locaux »

GILLES PÉLISSON : « La crise a révélé l'émergence d'un marché Total Vidéo mêlant réseaux sociaux, chaînes de télévision et plateformes digitales. »

PASCAL ROGARD : « Se réformer sans se résigner, ni se renier »

HERVE RONY : « Le paradoxe, c'est que même si l'économie de nos secteurs se développe, les auteurs ne se portent pas mieux »

STÉPHANE ROUSSEL : « Il y a de la place et une demande pour un champion français et européen de l'entertainment »

MAXIME SAADA : « Le développement de myCanal, est une priorité stratégique majeure pour le groupe Canal+ »

MARIE-CHRISTINE SARAGOSSE : « Avec leurs 240 millions de contacts chaque semaine, nos médias sont l'un des plus puissants outils de rayonnement »

LAURENT SOLLY : « Ce n'est pas le rôle d'une entreprise privée comme Facebook de prendre autant de décisions chaque jour sur ce qui peut être publié ou non »

NICOLAS DE TAVERNOST : « *Les groupes de télévision sont les artisans d'une culture commune, gratuite, qui forge la cohésion sociale de notre pays* »

SIBYLE VEIL : « *La radio : un média d'avenir... et très certainement, le média prescripteur de la décennie qui commence* »