

Saison 2020-2021 : mutation accélérée des usages et des acteurs audiovisuels, lente mue du cadre juridique

Il y a un an à la même époque, on sortait d'un confinement qui avait sidéré la population, et en matière audiovisuel, accéléré les mutations vers une consommation de programmes délinéarisés, tout en remettant au centre des foyers le téléviseur et les chaînes traditionnelles (Lire les tendances clés de la saison). A l'automne, on était prêts à reprendre nos habitudes de vie, mais voilà que nos soirées ont été à nouveau confinées. La SVoD est entrée dans les mœurs ; en juin 2021 près d'un SVoDiste sur 3 a plus de 50 ans. Le téléviseur connecté aussi.

Si les marques programmes fortes et les fictions des diffuseurs historiques résistent comme *The Voice* sur TF1, *Top Chef* sur M6 (Lire les Tops et les Flops par chaîne), ceux-ci font face à la concurrence de géants mondiaux, les Netflix, et autres Gafa... Amazon a raflé les droits de la Ligue 1 pour la saison qui vient, Canal+ a jeté l'éponge. Il faut pour les acteurs nationaux peser plus lourd dans la compétition mondiale pour les programmes, les talents, la publicité. Ainsi TF1 et M6 ont décidé de fusionner ; le feuilleton de ce coup de théâtre dans le PAF et des nombreux obstacles à franchir pour voir ce rapprochement aboutir va animer la saison prochaine. En s'alliant les trois groupes TV français, TF1, M6 et France Télévisions, ont aussi lancé à l'automne 2020 leur offre SVoD commune Salto. Dans le domaine de la production, la saison a été riche en regroupement : Banijay / EndemolShine, Mediawan / Lagardère Studios pour former des acteurs à envergure mondiale ou européenne.

Des téléspectateurs qui évoluent à vitesse grand V, des groupes audiovisuels qui essaient de les suivre... mais un environnement législatif et réglementaire verrouillé. Coupée dans son élan en mars 2020, la grande réforme audiovisuelle n'a pas eu lieu. L'activité n'en a pas moins été intense sur le plan législatif comme réglementaire pour adapter le cadre juridique à la nouvelle donne. Un projet de loi devrait aboutir en juillet pour rénover la régulation du secteur avec la création de l'Arcom, et mieux lutter contre le piratage. On en a fini avec les jours interdits de programmation de films cinéma en télévision et on a ouvert la porte à la publicité ciblée pour la publicité TV. Le mois de juin s'achève aussi avec la publication du décret SMAD, qui oblige les plateformes de streaming à contribuer à la production audiovisuelle et cinématographique. Mais on n'a pas fini de modifier les décrets sur les obligations des autres diffuseurs (TNT, CabSat). Les rouages de la mécanique de précision qu'était l'encadrement français de la contribution des diffuseurs à la production se grippent dès qu'on modifie un paramètre. Chaque partie - producteurs, diffuseurs, distributeurs - se sent lésée. Les pouvoirs publics soumettent à consultation, des projets aussitôt contestés, puis revoient leur copie. Reverra-t-on la chronologie des médias qui fixe les fenêtres d'exploitation d'un film depuis sa sortie en salle....en Saison 2 à la rentrée ?