

Daily Insight 17/10/2022

Audiovisuel - Streaming

Netflix : et si la relance des abonnements constituait le vrai objectif du streamer

Signe de l'importance majeure que le sujet représente pour le groupe, l'ouverture de Netflix à la publicité a été accompagnée d'une communication millimétrée et soigneusement fractionnée. Des premiers éléments dévoilés le 1er septembre par le *Wall Street Journal* (voir INSIGHT NPA #1053) aux annonces du jeudi 13 octobre, l'audiovisuel a passé six semaines au rythme des rumeurs concernant la nouvelle offre du *streamer*, tandis que le groupe assurait de pouvoir affiner au fur et à mesure ses messages au gré des réactions à ces « *ballons sonde* ». En attendant la présentation des résultats trimestriels, le 18 octobre, et la publication annoncée des prévisions de chiffre d'affaires publicitaire, deux points-clé émergent d'ores et déjà de la prise de parole du groupe : l'ampleur du mouvement, puisque les 12 pays retenus concentrent plus de 70% des abonnés du groupe, d'une part, l'importance du différentiel de prix entre forfaits avec ou sans publicité, de l'autre. Il repositionne - presque - partout Netflix comme le mieux disant tarifaire et permet de parier sur un fort mouvement de (re)prises d'abonnements. S'agissant du potentiel de recettes de l'offre avec publicité précision de la mesure d'audience et niveau d'adéquation du catalogue représentent en revanche deux incertitudes majeures.

Lire *l'analyse NPA*

Vers une fusion de News Corp et de Fox Corporation ?

Trois ans et demi après avoir finalisé la vente de 20th Century Fox à Disney, le groupe Murdoch a annoncé vendredi 14 octobre qu'il envisageait de réunir les deux structures principales : Fox Corporation, qui réunit les actifs non cédés à Disney (les chaînes FOX News, FOX Sports... le réseau FOX Network et la plateforme d'AVoD Tubi.) et News Corp (le *Wall Street Journal*, le *Sun*, l'agence Dow Jones, l'éditeur HarperCollins...). D'après *Les Echos*, la fusion viserait à disposer de moyens accrus pour développer certaines activités comme les paris sportifs (FOX bet) en les promouvant sur une palette plus large de médias (télévision, presse, Web, etc.). La transaction, si elle se réalise, se ferait par échange de papier. Fox Corp, coté au Nasdaq, a réalisé en 2021 quelques 13 Mds\$ de chiffre d'affaires, pour 3 Mds\$ d'EBITDA. Elle était valorisée en fin de semaine à 7 Mds\$. Pour News Corp, les revenus de l'exercice fiscal 2022 (clos le 30 juin) ont atteint 10,4 Mds\$, pour 1,7 Md\$ d'EBITDA.

Lire *Les Echos*

NBCUniversal : lancement prochain du service Universal+ et de la chaîne Dreamworks en France

NBCUniversal (Comcast) annonce dans un communiqué, lundi 17 octobre, le lancement du service Universal+ en France, à une date qui sera précisée « *prochainement* », comme sa distribution qui sera « *non exclusive* ». Ce lancement s'effectuera via sa filiale Networks & Direct-To-Consumer (OTT). Le groupe américain annonce également l'arrivée dans l'Hexagone de la chaîne DreamWorks via Universal+. Le lancement d'Universal+ interviendra « *d'ici la fin de l'année* », a indiqué NBCUniversal interrogé par *Satellifacts*. Déjà disponible en Espagne, au Brésil, en Amérique latine, en Inde, et en Afrique

subsaharienne depuis le 14 octobre Universal+ offrira l'accès aux chaînes linéaires 13e Rue, Syfy, E ! ainsi qu'à la nouvelle venue DreamWorks, et une sélection de contenus à la demande issus de ces chaînes, comme les séries originales de 13e Rue (*Cuisine Interne*, *Marion*), des saisons intégrales de « shows à succès » (*L'Incroyable Famille Kardashian*), des séries jeunesse (*Où Est Charlie ?*, *Les Aventures du Chat Potté*) ou encore des nouvelles saisons de séries exclusives (*New York : Crime Organisé*, *Resident Alien*). Concernant DreamWorks, chaîne « dédiée aux enfants et à toute la famille », elle sera disponible pour la première fois en France « en linéaire et en non-linéaire via Universal+ ». Actuellement accessible à 35 millions de foyers en Asie-Pacifique, au Moyen-Orient, en Afrique, aux Pays-Bas, en Espagne, au Brésil, au Chili et au Mexique, la chaîne verra ainsi sa présence étendue à « 43 territoires ».

Consulter le communiqué sur le Blogtvnews

Aurore Bergé défend son arrivée au conseil d'administration de France Télévisions

Fin septembre, la députée Aurore Bergé, présidente du groupe Renaissance à l'Assemblée nationale, le parti présidentiel, a été nommée au conseil d'administration de France Télévisions. Les syndicats ont dénoncé une « reprise en main politique » dans un communiqué du 4 octobre, titré « *Avenir de l'audiovisuel public : Renaissance ou inquisition* » mais elle ne comprend pas leur émoi. « *Le poste revient en temps normal au président de la Commission des affaires culturelles de l'Assemblée nationale, commission dont elle fait partie et où officie actuellement à sa tête la députée Horizons Isabelle Rauch. L'autre siège de représentant du Parlement au sein du conseil d'administration est d'ailleurs occupé par Laurent Lafon, président de la Commission culture du Sénat* » commente *Puremedias*. Aurore Bergé décidé de réagir à ce début de polémique ce week-end auprès de l'Agence France-Presse. « *Je ne comprends absolument pas où est le sujet* », a-t-elle assuré. Et de compléter, tout en défendant son parcours : « *C'est un poste au conseil d'administration qui revient à la majorité et qui a été attribué à la députée la plus engagée sur les questions audiovisuelles. J'ai été rapporteure des projets de loi sur le sujet. J'ai porté l'amendement sur l'enjeu de compensation de la suppression de la contribution audiovisuelle publique pour garantir des moyens pérennes* ».

Lire Puremedias

Leonine acquiert 25 % du producteur allemand Toon2Tango

Le groupe allemand de production et de distribution Leonine a pris une participation de 25,1 % dans le studio d'animation Toon2Tango, basé à Munich. Toon2Tango a été fondé il y a trois ans par les anciens dirigeants du Studio 100 Hans Ulrich Stoef et Jo Daris, qui ont produit des émissions telles que *Mia And Me*. Leonine a déjà produit des émissions pour enfants et familiales telles que *Heidi*, *Mia And Me* et *The Gruffalo*, ainsi que de longs métrages tels que *The School Of Magical Animals*, *The Oggies* et *Raven The Little Rascal*.

Lire l'article dans TBI

Voir la cartographie du Major 8 NPA des groupes de production en Europe sur InsightNPA

Cinéma

Chronologie des médias : Disney annonce la sortie en salle de *Black Panther*

Disney diffusera *Black Panther : Wakanda Forever* dans les cinémas français le 9 novembre selon une information du *Financial Times*, la plateforme a toutefois averti que ses futurs

blockbusters (*Strange World*, *Les Gardiens de la Galaxie Vol. 3*, *Indiana Jones 5* et *La Petite Sirène*) pourraient être directement diffusés en streaming en 2023 en l'absence de révision de la chronologie des médias. Selon la chronologie des médias adoptée le 24 janvier 2022, la décision d'opter pour une sortie au cinéma empêcherait Disney de diffuser la suite de *Black Panther* sur son service de streaming Disney+ en France avant avril 2024. Disney estime que cette période trop longue l'expose « à un risque accru de piratage » et annonce que la sortie des films au cinéma se décidera au cas par cas rapporte *Le Figaro*. La ministre de la Culture Rima Abdul-Malak avait annoncé en septembre être favorable à une réouverture des discussions.

Lire Le Figaro

Lire l'article du Financial Times

Cadre juridique

RGPD : le CEPD demande à la Commission européenne une harmonisation des règles procédurales

Andrea Jelinek, présidente du Comité européen de la protection des données (CEPD) a adressé le 12 octobre une lettre au Commissaire européen à la Justice, Didier Reynders afin de demander une accélération de la mise en œuvre du Règlement général sur la protection des données (RGPD). Selon la Présidente, la divergence des pratiques administratives dans plusieurs domaines à un « *impact négatif* » sur la coopération transfrontalière. La Commission est appelée à dresser une liste des droits procéduraux auxquels les différentes parties peuvent prétendre, dont le droit des parties à accéder aux documents liés à la procédure et le droit des parties d'être entendues.

Lire la lettre de la présidente du Comité européen de la protection des données (CEPD)

Télécoms

Vodafone et Altice s'allient en Allemagne pour déployer la fibre optique

Vodafone Group a annoncé le 17 octobre dans un communiqué de presse la création d'une co-entreprise avec Altice en Allemagne pour déployer la fibre optique (FTTH) avec comme objectif la couverture de 7 millions de foyers en 6 ans. La co-entreprise sera détenue à parité par les deux opérateurs. Dans le cadre de l'Opération, Vodafone devrait recevoir d'Altice 1,2 milliard d'euros en numéraire, par étape, dont la moitié en fonction des performances de la nouvelle société. L'opération devrait être finalisée au premier semestre 2023. Sur les six prochaines années, la co-entreprise prévoit d'investir jusqu'à environ 7 milliards d'euros, dont 70 % devraient être financés par la dette. Altice n'est pas présent en Allemagne contrairement à Vodafone qui exploite déjà un réseau haut débit avec 24 millions de foyers couverts par de la fibre à terminaison coaxiale. Vodafone annonce qu'il poursuivra en parallèle la migration de son réseau vers la norme DOCSIS 3.1 puis DOCSIS 4.0. L'Allemagne est en retard par rapport à la France, l'Espagne et l'Italie dans le déploiement de la fibre FTTH avec 9,2 millions de foyers éligibles en septembre 2021 (dernier chiffre publié par le FTTH Council Europe) contre plus de 20 millions en France.

Lire le communiqué de presse de Vodafone