

FAST : 488 chaînes disponibles en France fin décembre 2022

Le marché des chaînes FAST poursuit l'évolution rapide relevée par NPA Conseil depuis plusieurs mois[1]. En France, les accords avec les détenteurs de droits semblent se renforcer et les différentes plateformes spécialisées continuent d'enrichir leur service avec de nombreuses chaînes thématiques. Plusieurs paramètres concernant notamment les accords commerciaux, l'analyse de data et le ciblage des publics, ainsi que la mesure d'audience restent encore à préciser.

Une offre en croissance rapide

En France, le nombre de chaînes FAST disponibles sur les écrans de smart TV, de mobiles et/ou d'ordinateurs ne cesse d'augmenter. **NPA Conseil en a décompté 488 fin décembre 2022, au sein des sept plateformes leaders** dont il assure le suivi (**LG Channels, Mango, Plex, Pluto TV, Rakuten TV, Samsung TV Plus et myTF1**). Plex dispose de l'offre la plus large (185 chaînes) et Mango la plus restreinte (12 chaînes).

 Sources NPA CONSEIL

Le cinéma et les séries représentent 24% de l'offre globale, les programmes dits « Découverte » (reportages, documentaires) 19% et l'offre « Jeunesse » 12%.

 Sources NPA CONSEIL

Les différentes plateformes sont plus ou moins éditorialisées et présentent les chaînes soit par simple liste soit regroupées par genre. Pluto TV, Plex, Rakuten TV et TF1 Stream disposent d'une barre de navigation mais il s'agit de la seule fonctionnalité d'aide à la recherche de contenus effective pour le moment.

Lors de la période des fêtes de fin d'années, plusieurs plateformes ont créé des chaînes éphémères *Christmas* au proposant des films ou séries de Noël, des playlists adaptées à la période ou des ambiances « cheminée » (*Christmas by Mango, Christmas Plus, Christmas Classics, Noël Movies, Vevo Noël, Au coin du Feu...*).

A ce jour, mis à part ces créations de chaînes thématiques occasionnelles et liées à un évènement ou, plus généralement, la mise en avant des chaînes les plus récemment mises en ligne, aucune des sept plateformes étudiées ne présente une stratégie de recommandation de programmes, de corners éditorialisés ou d'outils de recherches de programmes.

Perspectives publicitaires en hausse

La performance publicitaire et le partage de revenus reste au cœur du modèle économique des FAST. La performance de chaque service tient à la valeur du CPM et au taux de remplissage des espaces publicitaires (*fill rate*). D'après les estimations de Magna Global,

le département d'étude du groupe IPG Mediabrands, le marché de la vidéo digitale dans lequel opèrent l'AVoD et des FAST, devrait totaliser 929 M€ de recettes en 2023.

Avec une croissance de 9,6% par rapport à 2022, cet agrégat devrait se montrer sensiblement plus dynamique que le BVoD (259 M€ ; +14,1%) et surtout la télévision linéaire (3,168 Mds€ ; -3%), lui permettant de peser pour 21% dans le chiffre d'affaires « total video » (19,5% en 2022) de l'année. Cette croissance représente une concurrence directe, tant au niveau économique (publicité) qu'en termes de temps d'attention consacré quotidiennement aux contenus, pour les diffuseurs de télévision historiques qui ont engagé d'importants efforts pour leurs propres plateformes[2].

Côté annonceurs les opportunités publicitaires de ce marché en pleine croissance restent importantes, c'est pour cela qu'une structuration plus précise des accords commerciaux entre les différents acteurs du secteur, des solutions technologiques pour acheter des espaces publicitaires sur tous les canaux et des solutions de mesure afin d'analyser les données d'audience sont attendues.

La structuration d'un écosystème clair permettant de mettre gratuitement des contenus de qualité à disposition des usagers est d'autant plus nécessaire que la concurrence sur le marché des FAST est renforcée par l'intérêt que lui porte un nombre croissant d'acteur. Youtube a par exemple annoncé l'expérimentation d'un nouvel *hub* de chaînes de streaming financées par la publicité. A cette fin, la plateforme d'hébergement de vidéos de Google serait actuellement en négociations avec plusieurs sociétés de divertissement, dont *Lions Gate Entertainment*, *A + E Networks*, *Cinedigm Corp* et *FilmRise* pour présenter leurs émissions et leurs films sous forme de chaînes FAST.[3]

[1] « NPA et Médiamétrie livrent leurs premiers éclairages sur le marché AVoD-FAST en France » - NPA Insight, 1^{er} décembre 2022

[2] « MyTF1, France.tv, Arte.tv, 6Play : accélération leurs plateformes AVOD ! » - NPA Insight, 9 septembre 2021

[3] Lire le Daily Insight de NPA Conseil, 16 janvier 2022