

Daily Insight 20/01/2023

Cinéma

La FNCF conteste le projet d'avenant à la chronologie des médias

Dans un mail adressé au CNC, la Fédération nationale des cinémas français (FNCF) conteste le projet d'avenant à la chronologie des médias signée le 24 janvier 2022, créant une fenêtre de téléchargement définitif à trois mois, révèle *Contexte*. Les exploitants estiment que le texte, dans sa rédaction actuelle, n'offre pas des garanties suffisantes pour obtenir leur signature. La FNCF invite ainsi le CNC - dans une analyse partagée par Canal+ - à enrichir sa rédaction. Dans un message adressé au CNC, le groupe audiovisuel se dit pour autant « favorable » à la création de cette fenêtre premium et analysera « volontiers » les rédactions alternatives. Pour rappel, Canal+ avait également dans une lettre adressée aux parties prenantes contesté le projet d'avenant relatif à « la coexploitation d'œuvres entre les chaînes gratuites et les Smad payants ».

Lire Contexte

La China Film Administration autorise la diffusion de deux productions Marvel

En février prochain, *Black Panther. Wakanda Forever* et *Ant-Man and the Wasp*, deux productions de la franchise américaine Marvel seront projetées dans les salles obscures chinoises. Cette annonce de la China Film Administration signe le retour de la Walt Disney Company et plus largement d'une production américaine sur le territoire, pour la première fois depuis plus de 3 ans (la dernière diffusion en date remontant à celle de *Spider-Man. Far from Home* durant l'été 2019). Ces dernières années, le gouvernement chinois avait largement renforcé les restrictions concernant la diffusion de blockbusters américains au profit de superproductions locales. Si les autorités n'ont sans doute pas assoupli leur politique nationaliste, elles font preuves de pragmatisme alors que le pays a perdu sa place de leader mondial en termes de ventes au box-office en 2022.

Lire l'article du Figaro

Streaming

Reed Hastings prend du recul alors que Netflix a gagné plus d'abonnés que prévu au quatrième trimestre

Alors que Netflix a publié le 19 janvier ses résultats financiers pour le quatrième trimestre 2022, son fondateur et co-PDG Reed Hastings a annoncé qu'il en quittait la direction opérationnelle. Il reste président exécutif du conseil d'administration. Ted Sarandos reste co-PDG aux côtés de Greg Peters, précédemment directeur des produits et directeur de l'exploitation. Netflix a également nommé Bela Bajaria, anciennement responsable Global TV au poste de directeur du contenu, tandis que Scott Stuber responsable du cinéma a le nouveau titre de président de Netflix Film. Netflix fait beaucoup mieux que prévu au quatrième trimestre avec le recrutement de 7,7 millions de nouveaux abonnés, beaucoup plus que ses propres prévisions de 4,5 millions, ce qui porte le total des abonnés à fin 2022 à plus de 230 millions (+4 % en un an). La croissance concerne l'ensemble des zones géographiques avec pour le quatrième trimestre 910 000 abonnés supplémentaires aux États-Unis et au Canada (+1,2 millions au Q421 et +100 000 au Q322), 3,2 millions en

Europe, au Moyen-Orient et en Afrique (contre 3,6 millions un an plus tôt ; +570 000 au Q3), 1,76 million en Amérique latine (+973 000 et +312 000) et 1,8 million dans la région Asie-Pacifique (+2,6 millions et +1,4 million). Dans le même temps, l'ARPU est en baisse dans les quatre zones. Si Netflix ne communique pas sur les chiffres de ses nouvelles offres avec publicité, il est donc difficile de ne pas faire un lien direct entre son lancement et les excellents chiffres du dernier trimestre de l'année. Lors de la conférence avec les investisseurs, Greg Peters a estimé que le lancement était une réussite même s'il restait encore beaucoup à faire, et a constaté qu'il n'y avait pas beaucoup de clients qui dégradait leur abonnement existant pour passer à l'offre avec publicité. Le directeur financier Spencer Neumann a estimé que l'objectif était à terme d'arriver au même résultat que Hulu « *qui est en avance de dix ans* », soit environ 50 % des abonnements avec de la publicité. Enfin, Netflix a confirmé le lancement d'une offre payante pour le partage des comptes au premier trimestre 2023. Au quatrième trimestre, l'entreprise a réalisé 7,85 milliards de dollars de chiffre d'affaires, mais dégagé seulement 55 millions de bénéfice net, très loin des attentes du marché à 257 millions.

Lire la lettre aux actionnaires

89% des foyers américains utilisent désormais un service de streaming avec une forte accélération de l'AVoD selon Kantar

Kantar a publié le 18 janvier son rapport *Entertainment on Demand* portant sur le quatrième trimestre de l'année 2022 aux Etats-Unis. Le nombre de foyers américains qui utilisent un service de streaming vidéo a augmenté de 2,5 millions, atteignant un total de 115,6 millions de foyers. La pénétration du streaming vidéo dans les foyers est désormais de 89 %. La SVoD s'est contractée pour le deuxième trimestre consécutif, mais comme au T3, la baisse est principalement due à Netflix dont la base d'abonné a continué de baisser selon Kantar. Netflix Basic with Ads représenterait désormais 12 % de sa base d'abonnés. Au quatrième trimestre c'est la catégorie AVoD qui a connu la croissance la plus rapide avec une hausse des utilisateurs de 17 % en glissement trimestriel et de 33 % en glissement annuel. La catégorie FAST, qui concerne désormais un quart des foyers américains, a augmenté de 3 % en glissement trimestriel et de 35 % en glissement annuel. Les ménages américains utilisent en moyenne 5,4 services de streaming au quatrième trimestre 2022, contre 5,2 au troisième trimestre.

Voir le communiqué de presse

DAZN annonce un accord de distribution global avec Amazon Prime Video

DAZN a annoncé le 19 janvier avoir conclu avec Amazon un accord global de distribution pour son service de streaming sportif au sein de Prime Video Channels. L'Espagne et l'Allemagne sont les deux premiers territoires concernés, dès la date de l'annonce. Le Japon suivra en 2023 ainsi que de nombreux autres marchés qui seront précisés plus tard dans l'année. DAZN qui vient de révéler qu'il comptait 15 millions d'abonnés payant est principalement actif en Italie, en Espagne, en Allemagne, en Belgique, au Portugal, au Japon, au Canada, aux États-Unis et au Royaume-Uni. « *Ce nouveau partenariat avec DAZN est une avancée passionnante pour l'offre sportive mondiale de Prime Video et offre à nos clients un plus grand choix des meilleurs sports en direct et à la demande, le tout en un seul endroit* », a déclaré Jay Marine, responsable mondial des sports, Prime Vidéo.

Voir le communiqué de presse

Plex rejoint le marché de contenu CTV d'Amagi en tant que partenaire de plateforme

Plex, l'une des principales plateformes de télévision en streaming gratuit avec publicité, a signé un accord avec la société multi-services Amagi en tant que « *partenaire de plateforme* ». Plex a désormais accès au réseau de plus de 2000 chaînes FAST d'Amagi, ainsi qu'aux bibliothèques AVoD des principales marques de contenu.

Lire le communiqué de presse d'Amagi

Production

Banijay acquiert la société de production belge Jonnydepony

Banijay (Benelux) a annoncé, jeudi 19 janvier, étendre ses activités de production en Belgique en prenant une participation majoritaire dans la société de production Jonnydepony. Le groupe élargit ainsi encore son portefeuille de fictions et son offre de contenus tant au niveau local qu'international. Jonnydepony est spécialisé dans le développement et la production de séries dramatiques, telles que *Black-out* (distribuée dans huit pays), *Transport* (sélectionnée pour Series Mania) et *Arcadia* (bientôt diffusée à la VRT, KRO-NCRV et WDR/SWR).

Lire le communiqué de presse de Banijay

Cadre juridique

WhatsApp sanctionné d'une amende de 5,5 millions euros pour manquement au RGPD

La Cnil irlandaise a sanctionné WhatsApp d'une amende à hauteur de 5,5 millions d'euros le 19 janvier pour avoir « *inclus le consentement des utilisateurs au traitement de leurs données personnelles en vue de personnaliser les publicités affichées dans leur fil de contenu dans les très longues conditions d'utilisation que tout utilisateur du service doit accepter, avant de pouvoir se connecter.* » WhatsApp est également dans l'obligation de mettre ses opérations de traitement des données en conformité dans un délai de six mois. Pour rappel, la Cnil irlandaise (DPC) avait déjà sanctionné Meta d'une amende de 390 millions d'euros pour violation de « *ses obligations en matière de transparence* » et utilisation d'une base juridique erronée « *pour son traitement des données à caractère personnel à des fins de publicité ciblée* » dans une décision du 4 janvier dernier pour ses activités sur Facebook et Instagram. Dans un communiqué de presse, Meta a annoncé faire appel de la décision de la DPC.

Lire la décision de la DPC