

Daily Insight 09/05/2023

Streaming

L'activité de streaming de Warner Bros. Discovery est désormais rentable

Warner Bros. Discovery (WBD) a publié le 5 mai ses résultats financiers pour le premier trimestre 2023 marqués par une perte importante et un premier bénéfice historique pour le segment Direct-to-Consumer (DTC) comprenant l'ensemble des activités de streaming. Le chiffre d'affaires du premier trimestre s'élevait à 10,7 milliards de dollars, en ligne avec les estimations des analystes et en baisse de 5% par rapport à la même période de l'an dernier. La société a déclaré dans le même temps une perte nette supérieurs à 1 milliard de dollars (1,069 Md\$) contre un bénéfice de 456 M\$ un an auparavant. Dans le détail, l'activité des Studios est en baisse de 8% à 3,212 Mds\$ et celle de la télévision (Networks) de 12% à 5,581 Mds\$ en raison notamment de la chute des investissements publicitaires. En revanche, les revenus du segment DTC progresse de 2% à 2,455 Mds\$ grâce à la progression des recettes publicitaires (103 M\$) et surtout à la progression de la base d'abonnés aux différents services de streaming du groupe qui atteint les 97,6 millions à la fin du trimestre, en progression de 1,6 million par rapport au dernier trimestre 2022. Le résultat ajusté de l'activité de streaming s'est élevé à +50 M\$ contre une perte de 654 M\$ il y a un an. L'activité est ainsi rentable un an avant les prévisions initiales du groupe. L'activité doit profiter au deuxième trimestre du lancement du nouveau service Max le 23 mai avec de nouveaux contenus originaux dont une série autour de la franchise *Harry Potter*.

Lire le communiqué des résultats

Amazon lance « MGM Studios Distribution » qui lui permettra de vendre les droits de ses séries originales

Amazon a annoncé lors d'une conférence de presse tenue le 8 mai qu'elle distribuerait pour la première fois ses films et émissions de télévision originaux, comme « The Marvelous Mrs. Maisel », à des médias extérieurs à son service Prime Video. Les œuvres seront distribuées sous licence par une nouvelle unité : **Amazon MGM Studios Distribution**, qui élargit le nombre de titres actuellement proposés par le studio hollywoodien MGM. En 2022, Amazon a conclu l'acquisition de MGM - qui détient plus de 4 000 titres de films et 17 000 épisodes télévisés - pour un montant de 8,5 milliards de dollars. Au lancement, la nouvelle division proposera plusieurs séries et films, dont « Coming 2 America » et « Borat Subsequent Moviefilm », a indiqué Amazon. L'unité sera dirigée par Chris Ottinger, responsable de la distribution chez MGM, qui continuera à superviser la distribution des nouvelles productions et des franchises cinématographiques de MGM, telles que les séries James Bond et Rocky. La semaine dernière, Amazon a déjà annoncé qu'elle ajouterait plus de 100 films Amazon Originals à son service de streaming gratuit et financé par la publicité, Freevee.

Lire AP News

La directrice de la distribution de VICE Media, affirme que les chaînes FAST ont besoin « d'une meilleure curation pour vivre »

S'exprimant lors du DTG Summit vendredi 5 mai à Londres, au cours de la session *FAST track to success*, la directrice générale de la distribution de Vice Media Bea Hegedus a souligné que la découvrabilité, une identité de marque claire et la curation étaient des éléments clés pour stimuler la croissance dans l'espace FAST. « *Sans curation, les chaînes FAST ne vivront pas* », a-t-elle souligné. Akhila Khanna, vice-présidente chargée des partenariats et du développement commercial chez Paramount UK, a expliqué que la curation est ce qui différencie FAST de la télévision linéaire traditionnelle. « *Les FAST ont pour but de répondre aux besoins des fans. Il s'agit d'évaluer les effets de mode sur lesquels on peut surfer. Vous pouvez ainsi créer des chaînes de niche pour les fans. Lorsque vous les intégrez, le temps de visionnage par utilisateur est énorme parce que vous captez cette audience* », a-t-elle déclaré.

Lire l'article de Digital Europe TV

Économie des médias

Le chiffre d'affaires d'Apple en recul pour le deuxième trimestre consécutif

Apple a publié le 4 mai ses résultats financiers pour le premier trimestre 2023. Les ventes globales ont chuté pour le deuxième trimestre consécutif, de 2,5% en glissement annuel à 94,8 milliards de dollars en raison de la forte baisse des ventes d'ordinateurs Mac et d'iPad. En revanche, les ventes de l'iPhone, qui représentent 54% du chiffre d'affaires total, ont augmenté de 2% au cours du trimestre pour atteindre 51,3 Mds\$, alors que le marché global des smartphones est en recul d'environ 15% dans le monde. L'activité Services d'Apple qui comprend les abonnements mensuels, les revenus de l'App Store ou les revenus des licences a augmenté de 5,5% à 20,9 Mds\$. Il s'agit désormais du secteur d'activité qui dégage la marge la plus élevée. Au total, Apple a déclaré un bénéfice net de 24,16 Mds\$ au cours du trimestre, contre 25,01 Mds\$ l'année précédente.

Lire le communiqué des résultats

Vivendi obtient l'autorisation de monter au-delà de 10% dans le capital de Prisa

Vivendi a obtenu l'autorisation des autorités espagnoles pour augmenter sa participation dans le capital du groupe de presse madrilène Prisa (*El Pais, Cinco Dias...* et une participation de 20% dans le capital du *Monde*), a indiqué le 5 mai la Comisión nacional del mercado de valores (CNMV), l'autorité des marchés financiers nationale. La montée de Vivendi au capital de Prisa se fera par la conversion des obligations convertibles qu'il détient. Elle pourrait porter sa participation dans une fourchette comprise entre 10,9% et 15%. Il en détenait 9,9% depuis le début 2021, mais ne pouvait aller au-delà sans l'accord du gouvernement, compte tenu des dispositions légales destinées à protéger les entreprises espagnoles contre d'éventuelles tentatives de prise de contrôle par des groupes étrangers.

Lire l'article d'Investir

Publicité

La météo critère de ciblage en publicité TV segmentée

Comme France Télévisions Publicité le proposait depuis le printemps 2022, la régie du groupe Canal+, Canal+ Brand Solutions donne maintenant aux annonceurs la possibilité d'adapter leur communication sur les chaînes C8, CNews et CStar en fonction de critères météorologiques, tels que les variations de température, le niveau d'ensoleillement, les

précipitations, la présence de brouillard..., indique le site *The Media Leader*.

Pour 2022, NPA Conseil a estimé le marché français de la publicité segmentée à environ 20 M€. Dans une étude publiée le 17 avril, Dataxis l'évaluait à 300 M€, dont la moitié (51 %) au Royaume-Uni.

Voir l'article de *The Media Leader*

Cadre juridique

Publication de l'arrêté d'extension de l'accord professionnel entre auteurs et producteurs de fiction du 23 mars 2023

Le *Journal Officiel* du 6 mai a publié l'arrêté d'extension de l'accord professionnel signé le 23 mars 2023 entre la Guilde des scénaristes, la SACD, le SPI et l'USPA, et qui se substitue à l'accord d'avril 2015. Il intègre un lexique visant à actualiser les définitions contractuelles associées aux travaux d'écriture, encadre le fonctionnement des ateliers d'écriture et instaure des minima consacrés à la rémunération des travaux d'écriture (hors productions dont le budget est inférieur à 500 000 € et coproductions internationales). Pour les fictions dont l'écriture n'est pas organisée dans le cadre d'un atelier, ces minima sont de 3% des dépenses directes pour une création originale, et 2,25% dans celui d'une adaptation.

Consulter l'arrêté d'extension

Lire l'accord professionnel du 23 mars

Droits voisins : l'accord avec Google devrait générer 100M\$ de recettes en trois ans pour le New York Times

Google va verser au *New York Times* environ 100 millions de dollars en trois ans dans le cadre de l'accord conclu début février permettant à la filiale d'Alphabet de mettre à disposition des contenus du quotidien sur Google News et d'autres de ses services, indiquait ce lundi une enquête du *Wall Street Journal*. Ni le *Times*, ni Google n'ont confirmé ce montant.

Pour ce dernier, l'accord passé avec Google fera mieux que compenser la perte de revenus subie par le non-renouvellement des accords que Meta avaient conclu avec des éditeurs pour la distribution de leurs contenus dans l'onglet « News » de Facebook, dont les revenus avaient été estimés pour le *NYT* à environ 20 millions de dollars par an.

En France, *Le Figaro* indiquait en juin 2022 que Google avait signé des accords-cadre avec l'Alliance pour la presse d'information générale (Apig) et avec le Syndicat des éditeurs de la presse magazine (SEPM). En vertu de ces accords-cadres, Google indiquait « *qu'à peu près 140 publications* » avaient signé les offres de rémunération qui leur avaient été formulées. Google a par ailleurs signé un accord avec l'Agence France-Presse (AFP) en novembre 2021, ainsi que d'autres accords individuels avec des journaux, comme *Le Monde*.

Un organisme de gestion collective a parallèlement été créé en octobre 2021 afin d'assurer « *une juste rémunération de la diffusion de leurs contenus sur les plateformes numériques* ». Présidé par Jean-Marie Cavada, il revendique à ce jour la représentation de « *234 éditeurs et agences de presse représentant plus de 550 publications de presse* ».

Lire l'enquête du Wall Street Journal

Lutte contre le piratage sportif : beIN et DAZN s'associent dans un groupe de

travail mondial

Le service de streaming sportif en direct DAZN et beIN soutiennent un nouveau groupe de travail mondial visant à lutter contre le piratage sportif, révèle le *Financial Times*. Le groupe aura pour mission « *d'identifier et de cibler les opérations de piratage sportif et travaillera avec la police et des organisations telles qu'Interpol et Europol afin de mettre en œuvre des mesures coercitives pour les faire cesser.* »

Selon le Global Innovation Policy Center, le piratage global des contenus pourrait coûter jusqu'à 71 milliards de dollars par an en pertes de revenus.

Lire le Financial Times