

Daily Insight 02/06/2023

Audiovisuel

Moins de 26 ans : Canal+ relance son offre de conquête et de lutte contre le *churn and return*

Déjà commercialisée entre le 1^{er} mars et 19 avril, l'offre Rat+ est à nouveau disponible, et ce jusqu'au 3 juillet. Elle permet aux moins de 26 ans de disposer jusqu'à cette échéance d'une réduction de 50% pour l'abonnement à l'offre Canal+ Cinéma Séries intégrant l'accès à Canal+, Netflix, Disney+, OCS, Paramount+, et Apple TV+. Soit une réduction de presque 60 € par rapport à des abonnements séparés aux différentes offres (19,49€ vs 77,44 €). Le 7 avril, le président de Canal+ Maxime Saada avait indiqué que la « saison 1 » de Rat+ avait permis à son groupe d'attirer 100 000 nouveaux abonnés. Au-delà du seul avantage tarifaire, Rat+ ajoute une dimension de simplicité, évitant à un public qui en est coutumier la pratique du *churn and return* (mouvements d'abonnements / désabonnements aux différents services, au gré de leurs calendriers de sorties), dès lors que le bouquet agrège la totalité ou presque (Prime Video) des plateformes leaders du marché. Au 1^{er} trimestre, et d'après les résultats du Baromètre OTT NPA Conseil / Harris Interactive, 18% des 15/24 ans ont résilié au moins l'une des offres payantes auxquelles ils étaient abonnés, soit 6 points de plus que la moyenne pour l'ensemble de la population, et 10 de plus que les plus de 50 ans. *Source : Baromètre OTT NPA Conseil / Harris Interactive*

* : Apple TV+, beIN Sports, Canal+, Canal+ Séries, Disney+, Gulli Max, OCS, Pass Ligue 1, Paramount+, Prime Video, RMC Sport, TFOU MAX

Meta et TF1 annonce le lancement d'une « *Instagram Broadcast Channel* » à l'occasion de la Coupe du Monde de Rugby

Meta et TF1 ont noué un partenariat pour lancer la fonctionnalité *Instagram Broadcast Channel* à l'occasion de la Coupe du Monde de Rugby. La nouvelle fonctionnalité correspond à un canal de diffusion sur Instagram permettant d'interagir directement avec ses abonnés. Le compte TF1 proposera aux utilisateurs d'Instagram une chaîne dédiée à la Coupe du monde de Rugby, alimentée en temps réel. La chaîne offrira des actualités exclusives, la possibilité de participer à des sondages et des quizz, un accès aux coulisses des matchs, des magazines Rugby de TF1 en immersion et d'autres moments forts. Meta précise dans un communiqué que « *Les Instagram Broadcast Channels sont un tout nouvel outil puissant qui introduit une nouvelle forme d'interaction entre les créateurs de contenus et leurs abonnés. [...]* »

Lire le communiqué de Meta

Le groupe tchèque PPF consolide sa position de deuxième actionnaire de ProSiebenSat.1

Le groupe d'investissement tchèque PPF a augmenté sa participation globale (actions et outils financiers) dans le groupe allemand ProSiebenSat.1 à hauteur de 15,04 % du capital et 11,6 % des droits de vote. PPF avait pris en février 2023 une participation de 9,1 % devenant le deuxième investisseur derrière le groupe italien MediaforEurope (MFE) du groupe Berlusconi. PPF a des investissements dans 25 pays dans les secteurs de la banque,

des télécoms, de la fabrication, de l'immobilier, de la biotechnologie et d'autres industries. L'investisseur possède également le groupe CME qui exploite de nombreuses chaînes de télévision en Europe centrale et orientale.

Streaming

La principale association de consommateurs espagnole inquiète de la nouvelle politique de Netflix sur le partage des comptes

En Espagne, l'OCU, Organización de Consumidores y Usuarios, a contacté Netflix via l'association européenne Euroconsumers, une entité fondée en 1990 qui rassemble plus d'un million et demi de consommateurs, pour lui faire part de ses préoccupations et de nombreuses plaintes de ses adhérents concernant la nouvelle politique de partage des comptes. L'OCU dénonce les nouvelles conditions d'utilisation de Netflix qui ne correspondent plus à la réalité des structures familiales d'aujourd'hui. Le fait de se baser sur un réseau Wi-Fi unique pour déterminer le partage des comptes repose sur le principe d'une famille dont tous les membres vivent au même domicile tous les jours de la semaine, ce qui n'est plus le cas. L'OCU dénonce l'obligation systématique pour le titulaire du compte de confirmer l'accès au compte Netflix depuis son mobile après réception d'un SMS. L'OCU considère que la « charge administrative » pour les abonnés Netflix l'emporte sur le préjudice auquel l'entreprise prétend remédier et doit donc être considérée comme disproportionnée. L'OCU s'inquiète également du suivi continu des adresses IP qui soulève des questions sur le respect de la vie privée, la confidentialité et la sécurité des consommateurs. Selon la première vague de l'étude Kantar Entertainment on Demand consacrée à l'Espagne, Netflix aurait perdu plus d'un million d'abonnés au premier trimestre 2023 après la suppression des comptes partagés.

Lire le communiqué de presse

Près de 10% des foyers suédois utilisent des services d'IPTV illicites

Selon données publiées par le cabinet Mediavision, téléchargement et streaming illicites de films et de séries ont augmenté pour la deuxième année consécutive, en Suède, et la pratique y concerne plus d'un « 15/24 ans » sur deux (53%), soit eux fois plus que pour l'ensemble de la population. .

Mediavision pointe, en particulier, l'usage croissant des services payants illicites d'IPTV, évaluant à « *près d'un demi million* » la population concernée, soit environ 10% des foyers suédois (4,8 millions au total en 2022).

Lire le communiqué

Cadre juridique

L'ACCES enjoint l'Arcom d'appliquer à ses chaînes les modulations conventionnelles dont ont bénéficié les plateformes de SVoD

Dans un communiqué publié le jeudi 1^{er} juin, l'ACCES (Association des chaînes conventionnelles éditrices de services) a alerté sur le retard des négociations destinées à intégrer dans les conventions des chaînes thématiques les termes du décret CabSat du 30 décembre 2021, et sur le refus de l'Arcom de prendre en compte les clauses de modulation qu'il permet.

Rappelant que le décret « *prévoyait une date de finalisation des conventions des chaînes*

thématiques françaises ou étrangères au 30 juin 2022 », l'Association indique « qu'à date, plus de trois quarts des éditeurs (français) payants concernés (...) et 100 % des chaînes étrangères qui souhaitaient entrer dans le régime du décret n'ont toujours pas signé leur convention, ce qui met les chaînes dans un risque juridique fort ».

L'ACCES met également en cause le refus de l'ARCOM « *de moduler les obligations des chaînes payantes thématiques (...) en l'absence d'accord interprofessionnel, en particulier celles portant sur le taux global et sur le taux patrimonial de l'obligation, sur le taux d'EOF et sur l'encadrement de la production indépendante ».*

Si la rédaction du décret comporte une part d'ambiguïté, l'ACCESS rappelle que « *I'ARCOM avait pourtant indiqué (dans son avis sur le texte) que ses nouvelles dispositions « lui donnent la faculté de moduler les paramètres de la contribution des éditeurs dans le cadre du conventionnement, même en l'absence d'accord professionnel »*, ajoutant que de telles modulations avaient bien été intégrées aux conventions signées fin 2021 avec certaines plateformes de SVoD - Prime Video, Disney+ - ans que celles-ci aient signé d'accords avec les organisations professionnelles. « *En agissant ainsi, l'ARCOM recrée les asymétries que la directive Services de médias audiovisuels, puis la loi la transcrivant ou encore les décrets d'application avaient voulu supprimer »*, accuse l'ACCES.

Au-delà du « *principe d'égalité »*, l'Association met en avant « *la pérennité des services de télévision thématiques, qui ont toujours contribué au financement de la création audiovisuelle en France (85 millions d'euros en 2021), mais dont l'économie déjà fragilisée ne pourrait supporter un déséquilibre né d'une interprétation partielle du nouveau décret par le régulateur ».*

Résilier ses contrats par voies électroniques peut désormais se faire « en trois clics »

Le décret du 31 mai relatif aux modalités techniques de résiliation des contrats par voie électronique a été publié au *Journal officiel* du 1er juin 2023. Il assure au consommateur et au non-professionnel la possibilité de notifier au professionnel la résiliation d'un contrat en quelques validations ou « clics », en lui garantissant un accès rapide, facile, direct. Cette nouvelle disposition « *d'application immédiate »* s'applique à tous les contrats « *en cours ou à venir »*, qu'ils aient été souscrits en ligne ou signés sur papier : assurances, abonnements à un magazine, un service de musique ou de vidéo en ligne, une salle de sport, un contrat de téléphone ou d'accès à internet, des services bancaires ou produits d'épargne, de location de voiture etc.

Lire le Journal officiel

Le Parlement adopte définitivement le texte de réglementation des métiers de l'influence

La proposition de loi « *visant à lutter contre les arnaques et les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux »* des députés Arthur Delaporte (PS) et Stéphane Vojetta (Renaissance) interdit aux influenceurs la promotion de certains produits ou pratiques dangereuses (santé publique et placements financiers à risque) a été adopté à l'unanimité des 342 sénateurs votants, après un dernier vote au Sénat le 1er juin.

Lire le texte de la commission mixte paritaire