

Daily Insight 12/09/2023

Business

Publicité : le marché français (5 médias historiques + digital) à l'étale au premier semestre

Au cours du premier semestre 2023, la progression de la publicité numérique (+5,5%) a compensé les pertes des cinq médias historiques, laissant le cumul de l'un et des autres sur une légère croissance de 0,2%.

Alors que presse (-4,1%) et TV (-7,7%) sont en baisse, le cumul de leurs revenus numériques et de ceux de la presse sont en hausse de 3,2%. Pour la TV, ces derniers représentent 8% du chiffre d'affaires publicitaire total, contre 4% en 2019, à 129 M€ (+13,6% sur un an) ; les revenus du digital audio s'établissent à 16 M€ (+28,2%), soit 6% du total radio. La dynamique devrait s'améliorer au 2e semestre : sur l'ensemble de l'exercice, l'IREP, Kantar et France Pub prévoient pour les 5 médias historiques un recul ramené à 1,3%. Le digital, lui, devrait progresser de 4,7%.



Accord avec Charter : Disney donne la priorité à l'audience de son offre avec publicité, par rapport à la « propriété » des abonnés

Le câbloopérateur Charter Communications et The Walt Disney Company ont annoncé le 11 septembre avoir conclu un nouvel accord de distribution après un conflit majeur d'une dizaine de jours pendant lesquels les 14,1 millions d'abonnés aux offres de TV payante Spectrum TV de l'opérateur avaient été privés d'une trentaine de chaînes linéaires de Disney présentes dans les offres de ce dernier (ESPN, FX, Disney Channel, Freeform, Nat Geo Channel ou certaines stations ABC).

Si Charter refusait les augmentations de prix demandées par Disney, l'opérateur avait élargi le débat en dénonçant un écosystème de la TV payante en crise en raison de l'importance prise par les plateformes de streaming D2C dans les stratégies des studios, et de la concurrence que celles-ci représentent pour les bouquets agrégés par les distributeurs. Charter avait plaidé pour un nouveau modèle qui permettrait de « stabiliser la vidéo linéaire tout en créant une voie de croissance claire pour la vidéo D2C ».

L'opérateur semble avoir été en parti entendu puisque :

Le nouvel accord permet de rétablir la diffusion de 19 réseaux linéaires, mais parallèlement, le renoncement à la distribution de huit chaînes (dont FXX, FXM, Freeform, Disney Junior, Disney XD et Nat Geo Wild), prolongeant le commentaire du Pdg de Disney Bob Iger au mois de juillet selon lequel la TV linéaire pourrait ne plus de situer dans le core business du groupe.

L'accès au forfait Disney basic avec publicité pour l'ensemble des abonnés au bouquet de base Spectrum TV Select (59,99\$ par mois), dans un modèle de distribution wholesale qui

signifie que Disney ne sera plus « propriétaire » de ces abonnés.

Une évolution proche pour ESPN+ (et pour le nouveau service ESPN en cours de développement chez Disney), pour les abonnés de l'offre premium Spectrum TV Select Plus (69,99 \$/mois).

Une commercialisation des offres de Disney en D2C aux seuls abonnés 2P (ne comportant pas de composante audiovisuelle) de Charter.

Enfin, les deux parties renouvellent leur engagement pour « atténuer les effets du partage non autorisé des mots de passe ».

Charter est le deuxième câblo-opérateur américain, derrière Comcast.

Lire le communiqué

L'Alliance Gravity lance son identifiant Gravity ID

L'Alliance Gravity Data Media, une plateforme de ciblage d'audience regroupant plus de 20 grands groupes français dans les domaines des télécoms, des médias et du e-commerce (Orange, SFR, Les Echos-Le Parisien, Lagardère Active, etc.) vient d'introduire son nouvel identifiant déterministe cross-éditeurs, baptisé « Gravity ID ».

Cette innovation permettra de suivre la navigation des internautes à travers différents sites web, offrant ainsi une précision de ciblage sans recours aux cookies. Grâce à cette avancée, les clients pourront continuer à cibler leurs audiences de manière précise, exclusive et mesurable, tout en maintenant leurs objectifs stratégiques, tels que le capping, la mesure et le ciblage, dans un environnement numérique en constante évolution, sans dépendre des cookies.

Gracenote lance une nouvelle solution pour faciliter le référencement des chaînes FAST

Gracenote, filiale de Nielsen spécialisée dans les métadonnées, a présenté en marge de l'IBC sa nouvelle solution technologique Gracenote FAST qui doit permettre à ses clients éditeurs de contenus d'accélérer la mise sur le marché de leurs offres FAST. Gracenote FAST promet des métadonnées normalisées de haute qualité « Gracenote certified » ainsi que des identifiants pour faciliter la distribution sur les plateformes de streaming, et améliorer la visibilité des programmes et des chaînes. Certaines plateformes exigent déjà des métadonnées et des identifiants Gracenote pour les chaînes FAST des éditeurs partenaires.

Lire le communiqué

Cadre juridique et institutionnel

Une tribune de représentants d'organisations syndicales et professionnelles, de sociétés d'auteurs et d'associations de l'audiovisuel et du cinéma pour une « ressource affectée, pérenne et dynamique » pour l'Audiovisuel public

Plus de 30 organisations de l'audiovisuel et du cinéma (SACD, SCAM, SPI, SNJ, USPA, CFDT, CGT Spectacles, DIRE, etc.) ont signé une tribune le 11 septembre demandant, à nouveau, que l'Audiovisuel Public bénéficie d'une « ressource affectée, pérenne et dynamique assurant l'indépendance éditoriale des médias publics sans dépendre de décisions annuelles faisant courir en permanence un risque de déstabilisation et de fragilisation ».

Cette tribune rappelle également que « En Europe, les pays qui ont conforté le financement par une ressource affectée ont aussi conforté leurs services publics audiovisuel. A contrario, pour ceux qui ont fait le choix de la budgétisation, le délitement est arrivé rapidement, avec le train des économies et parfois des attaques contre l'indépendance et la liberté, portées par l'extrême droite quand elle est au pouvoir. Ce qui reste pleinement d'actualité en France. ». Cette tribune se termine sur les urgences actuelles « les arbitrages budgétaires imminents pour le projet de loi de finance 2024 et les Contrats d'Objectifs et de Moyens 2024/2028 ».

Pour rappel, la Ministre de la culture et de la communication a rappelé récemment dans l'émission « Soft power » sur France Culture qu'elle était favorable au maintien et à la pérennisation du financement de l'audiovisuel public via une affectation d'une fraction de la TVA au bénéfice de celui-ci.

Voir l'intégralité de la tribune

Le gouvernement britannique met en place un groupe de travail pour limiter l'usage des procédures- bâillons à l'encontre des journalistes

Les procédures bâillons, ou SLAPP (Strategic Lawsuits Against Public Participation), sont des procédures judiciaires intentées par de riches et/ou puissants plaignants notamment contre des journalistes afin de les dissuader de poursuivre leurs investigations. Le gouvernement britannique a lancé hier un groupe de travail dédié à la lutte contre les poursuites stratégiques contre la participation publique (SLAPP), pour aider à faire avancer le programme du gouvernement visant à garantir que des protections appropriées s'appliqueront pour les journalistes qui travaillent, enquêtent et publient des articles dans l'intérêt public. Le groupe de travail rassemblera des acteurs majeurs des secteurs médiatique et juridique - notamment la Society of Editors, le National Union of Journalists et la Law Society of England and Wales.

Le gouvernement a déjà modifié son projet de loi sur la criminalité économique et la transparence des entreprises afin de réprimer les poursuites-bâillons liées à la criminalité économique, qui couvrent la grande majorité (estimée à 70% des SLAPP) des affaires portées devant les tribunaux britanniques. Les changements permettront aux juges de rejeter plus rapidement les poursuites-bâillons et de plafonner les coûts pour les personnes ciblées, ce qui rendra moins efficaces ces SLAPP pour forcer les journalistes à abandonner leurs articles. Le gouvernement s'est également engagé à légiférer pour lutter contre les poursuites-bâillons en dehors de la criminalité économique dès que le calendrier parlementaire le permettra.

Selon le communiqué du gouvernement britannique, les poursuites-bâillons représentent également une menace de plus en plus inquiétante pour la démocratie dans toute l'Europe, la base de données CASE passant de 570 cas en 2022 à déjà plus de 820 cas en 2023.

Voir le communiqué de presse du gouvernement britannique

Etats-Unis : ouverture du procès en abus de position dominante contre Alphabet

Accusé d'avoir étouffé le développement des moteurs de recherche concurrents (Bing, DuckDuckGo...) grâce aux « accords commerciaux passés avec les navigateurs (comme Mozilla), les équipementiers (Apple, Samsung...) et les opérateurs télécoms pour installer par défaut le moteur de recherche de Google sur les ordinateurs et les smartphones », Google fait l'objet à partir de ce mardi d'une procédure en abus de position dominante qui devrait durer dix semaines. Une centaine de témoins devrait être appelée à déposer. « Nous prévoyons de démontrer lors du procès que nos accords de distribution de Search reflètent les choix des navigateurs et des fabricants d'appareils basés sur la qualité de nos services et les préférences des consommateurs », plaide en réponse l'avocat en chef de Google Kent Walker, dans une note de blog citée par Les Echos. La volonté de 38 Etats d'étendre les poursuites aux pratiques du groupe Alphabet sur le marché publicitaire a, elle, été écartée.

Lire Les Echos

Techno et équipements

Apple sur le point de présenter sa nouvelle gamme iPhone 15 ce mardi 12 septembre

La keynote Apple est prévue ce soir à 19h. Les attentes sont élevées, surtout en ce qui concerne l'iPhone 15, qui devrait être au cœur de l'événement. Plusieurs informations circulent depuis un certain temps déjà concernant le lancement de quatre déclinaisons du modèle : l'iPhone 15 standard, l'iPhone 15 Plus, l'iPhone 15 Pro et l'iPhone 15 Pro Max. Un potentiel iPhone 15 Ultra suscite également de nombreuses discussions. Des rumeurs circulent également quant à l'annonce de deux nouvelles Apple Watch (Apple Watch Series 9 ainsi qu'une nouvelle Apple Watch Ultra) avec des améliorations significatives par rapport aux générations précédentes. Enfin, d'après Mark Gurman, spécialiste Apple et tech pour le média Bloomberg, Apple s'apprête également à dévoiler de nouveaux écouteurs AirPods avec un port USB-C dans un but d'uniformisation de ses différents produits. A la veille de la keynote, Qualcomm Technologies a annoncé avoir trouvé un accord avec Apple en vue de la fourniture de puces mobiles pour ses iPhones à sortir lors des exercices 2024, 2025 et 2026. L'annonce signifie donc que le premier modem 5G sur lequel travaille Apple depuis plusieurs années ne sera pas prêt avant 2026, preuve des difficultés rencontrées.

La keynote sera diffusée sur le site d'Apple, la chaîne YouTube de la marque ainsi que sur l'app TV.

Lire L'Internaute