

Daily Insight 13/09/2023

Business

Ligue 1 : appel d'offres ouvert jusqu'au 16 octobre ; enchères ascendantes le 17 octobre

La LFP a confirmé le 12 septembre l'organisation de l'appel d'offres pour les droits de diffusion de la Ligue 1 autour de deux lots principaux, et pour 5 saisons :

Le 1er lot, mis à prix à 530 M€ par saison, regroupera la diffusion en direct des choix 1, 2 et 4 (en codiffusion concernant ce dernier).

Le 2e lot combine, pour un minimum de 270 M€, les diffusions en direct des choix 3, et 5 à 9, ainsi que la diffusion en différée des choix 1 et 2.

Trois lots magazines sont également commercialisés : un lot 3 pour les émissions Ligue 1 du samedi soir et du dimanche soir (15 M€), un lot 4 pour le magazine du dimanche matin (5 M€) et un lot 5 pour proposer jusqu'à trois magazines, du lundi au vendredi (5 M€).

Un volant qualitatif complètera les offres, qui portera notamment sur les modalités d'exploitation, de communication de traitement éditorial, de promotion ou encore de lutte contre le piratage envisagés par les candidats.

Après l'épisode Mediapro, un mécanisme de garantie financière a par ailleurs été mis en place. Satisfaire à ses conditions sera nécessaire pour être autorisé à participer aux enchères ascendantes qui se dérouleront le 17 octobre, par paliers de 10 M€ pour le lot 1, 5 M€ pour le lot 2, 0,5 M€ pour le lot 3, et 0,2 M€ pour les lots 4 et 5.

La LFP a également remis en jeu les droits de la Ligue 2, eux aussi organisés en deux lots principaux : les deux meilleures affiches par journée (lot 1 mis à prix à 26 M€ par saison), d'une part ; les sept autres matches et les choix 1 et 2 en différé (lot 2, à 13 M€), de l'autre, auxquels s'ajoutent deux lots de magazines (week-end, pour 2 M€, et semaine pour 1 M€). Les diffuseurs intéressés doivent remettre leurs offres financières pour la Ligue 2 le 20 octobre.

Les candidats retenus auront la possibilité de négocier des accords de sous-licences avec des diffuseurs payants ou gratuits.



Les revenus de la production audiovisuelle britannique au plus haut en 2022, le streaming représentant plus de 20% des commandes

L'association professionnelle britannique PACT (The Producers Alliance for Cinema and Television) a publié le 13 septembre son rapport annuel sur les revenus du secteur de la production audiovisuelle au Royaume-Uni. Le chiffre d'affaires a atteint un nouveau record à 3 944 millions de livres sterling (4 577 M€) en forte progression de +21,3% par rapport à 2021. Alors que les revenus domestiques ont connu une légère croissance, atteignant leur niveau le plus élevé à 2 207 M€, ce sont les revenus internationaux qui ont explosé avec

+70 % à 1 618 M€ après deux années de baisse consécutives. Le PACT attribue cette croissance au retour de plusieurs grandes productions internationales britanniques comme *The Crown* et *Sex Education*, et à l'attractivité globale du marché britannique de la télévision pour les acheteurs mondiaux. Concernant ces acheteurs, le streaming a joué un rôle important tant au niveau national qu'international puisque les commandes pour les plateformes locales des radiodiffuseurs (iPlayer, ITVX, Channel 4, My5...) ont bondi de +129 % à 155 M€. A l'échelle internationale, les grandes plateformes de SVoD (Amazon Prime Video, Apple TV+, Disney+, Netflix...) ont augmenté leurs dépenses de +133 % à 696 M€.

Lire le communiqué

Le SNPTV met en place sa calculette de mesure carbone des campagnes publicitaires

Le Syndicat National de la Publicité TV (SNPTV) accélère ses efforts pour mesurer l'empreinte carbone des campagnes publicitaires en TV linéaire et replay. Ces efforts se traduisent par la mise en place d'une calculette carbone qui analyse l'impact environnemental de la diffusion, en prenant en compte le stockage, les transferts réseaux, et le visionnage des spots publicitaires. Cette calculette couvre également l'ensemble du cycle de vie des infrastructures et des terminaux utilisés pour la diffusion, en tenant compte des différentes technologies, comme la TNT, le Satellite, l'IPTV, et l'OTT. De plus, elle prend en considération les spécificités de la mesure d'audience en TV ainsi que la méthodologie pour convertir l'audience en indicateur d'empreinte carbone. Avec ce nouveau calculateur, le SNPTV entend « *contribuer à la construction d'une mesure fiable, harmonisée et inter-opérable de l'empreinte carbone de la publicité* ».

Le SNPTV compte 8 membres : TF1 Pub, M6 Publicité, FranceTV Publicité, Canal+ Brand Solutions, Next Media Solutions, Amaury Media, beIN Régie et Paramount.

Cadre juridique et institutionnel

La proposition de loi visant à protéger la liberté éditoriale des médias sollicitant des aides de l'État déposée sur le bureau de la Présidente de l'Assemblée nationale

Annoncée dès le mois de juillet, la proposition de loi (n° 1638) dite « *transpartisane* » (voir Insight du 31 août dernier) visant à protéger la liberté éditoriale des médias sollicitant des aides de l'État a finalement été déposée mardi 12 septembre, indique Le Journal Officiel. Comme attendu, la députée Sophie Taillé-Pollé Polian (Ecologiste-NUPES) en est la première signataire, au côté de 13 de ses collègues :

Sept appartenant à l'intergroupe NUPES (une députée relevant de la France Insoumise, Clémentine Autain ; 2 députés appartenant au groupe Ecologiste - Sophie Taillé-Pollian et Jean-Claude Raux ; 2 du groupe Gauche Démocratique et Républicaine - Soumya Bourouaha et Stéphane Peu ; et 2 du groupe Socialiste - Inaki Echaniz et Fatiha Keloua-Hachi)

Deux appartiennent au groupe Renaissance (Sacha Houlié et Violette Spillebout)

Un au groupe Horizons (Jérémie Patrier-Leitus)

Deux au groupe MODEM (Laurent Esquénét-Goxes et Bruno Millienne)

Deux au groupe LIOT (Olivier Serva et Bertrand Pancher)

Lire sur la Plateforme Insight NPA Etats généraux de l'information, EMFA, travaux parlementaires... La gouvernance de l'info au cœur de l'agenda institutionnel

Lire sur la Plateforme Insight NPA Etats généraux de l'information, EMFA, travaux parlementaires... La gouvernance de l'info au cœur de l'agenda institutionnel

Nomination d'Iliana Ivanova comme commissaire européenne chargée de l'innovation, de la recherche, de la culture, de l'éducation et de la jeunesse

Suite aux auditions du 5 septembre dernier menées par la commission de l'industrie, de la recherche et de l'énergie et la commission de la culture et de l'éducation du Parlement européen, celui-ci a largement approuvé (522 voix favorables) mardi 12 septembre la nomination d'Iliana Ivanova (Bulgarie) en tant que commissaire chargée de l'innovation, de la recherche, de la culture, de l'éducation et de la jeunesse. Elle sera donc en charge notamment de la mise en œuvre du nouvel agenda européen pour la culture, de la promotion des industries créatives et de la maximisation du potentiel du programme Europe créative, de la coopération culturelle dans le cadre des partenariats de l'Union avec des pays du monde entier et d'un plan d'action relatif à l'éducation numérique pour sensibiliser, dès le plus jeune âge, à la désinformation et aux autres menaces en ligne. Iliana Ivanova remplace dans ces fonctions Mariya Gabriel, qui a démissionné en mai 2023, après avoir été nommé ministre des Affaires Etrangères de Bulgarie.

Techno & Equipements

L'ANFR demande à Apple de retirer temporairement l'iPhone 12 du marché français

L'Agence nationale des fréquences (ANFR) a récemment contrôlé les débits d'absorption spécifique (DAS) de 141 téléphones dont le téléphone Apple iPhone 12. Ce DAS permet de quantifier l'énergie transportée par les ondes électromagnétiques et absorbée par le corps humain. Il a été constaté qu'une des valeurs DAS de l'iPhone 12 était supérieure à celle autorisée par la réglementation européenne. En conséquence, l'ANFR précise qu'« *Apple doit prendre immédiatement toutes mesures visant à empêcher la mise à disposition sur le marché des téléphones concernés présents dans la chaîne d'approvisionnement. Concernant les téléphones déjà vendus, Apple doit prendre dans les meilleurs délais des mesures correctives visant à rendre les téléphones concernés conformes. A défaut, il appartiendra à la société Apple de les rappeler.* » Le Communiqué de l'ANFR précise également que « *Les agents assermentés de l'ANFR ont reçu instruction de vérifier à partir du mardi 12 septembre que ces modèles ne seront plus proposés à la vente dans tous les circuits de distribution disponibles en France.* »

Voir le communiqué de l'ANFR

Le projet allemand DVB-I lance sa seconde phase de test à l'occasion de l'IBC

En Allemagne, le projet DVB-I Pilotprojekt Deutschland travaille depuis septembre 2022 sur la nouvelle norme pour la diffusion de la télévision numérique. Il réunit 19 organisations, dont l'ARD, Dolby, DVB, EBU, Fraunhofer FOKUS, LG, ProSiebenSat.1 Media, Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb), RTL Deutschland, Sony, TARA Systems, TP Vision, Vestel, WDR et la ZDF. Les travaux de la première phase se sont achevés au printemps 2023. Selon les partenaires, la phase 2 consiste à créer un scénario de test stable pour les fabricants d'appareils et les éditeurs sur une base technique commune, permettant aux fabricants de tester le développement de leurs produits dans un environnement réaliste. En parallèle, une feuille de route sera définie pour un lancement commercial du DVB-I sur le marché allemand. Pour mémoire, l'objectif de la spécification DVB-I est d'utiliser l'infrastructure internet non pas, comme dans le cas du standard HbbTV, pour enrichir la diffusion linéaire, mais pour remplacer la radiofréquence comme mode de diffusion principal.

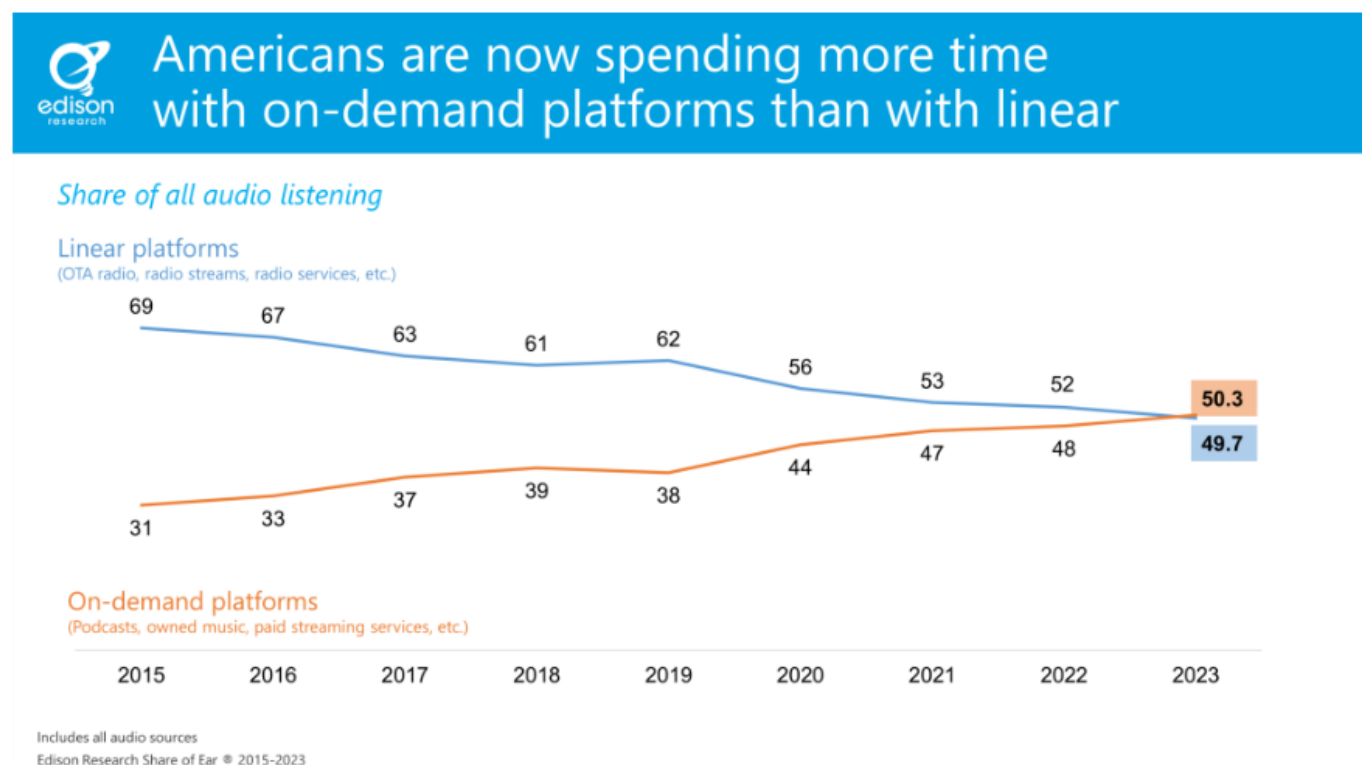
Lire Insight NPA sur les premiers tests en Europe du DVB-I

Contenus & Services

Etats-Unis : l'audio à la demande a dépassé celle de la radio linéaire

D'après l'institut américain Edison Research, 50,3% de l'écoute quotidienne totale des Américains de 13 ans et plus a été effectuée au 2e trimestre sur des plateformes d'audio à la demande, contre 49,7% consacrée à des signaux linéaires.

En 2018, l'écart - inverse - était encore de 24 points. L'étude prend en compte l'ensemble des formes d'audio « linéaire » (radio hertzienne, flux radio, service de radio gratuit Pandora, radio par satellite, etc.), d'une part, et l'ensemble des plateformes à la demande (streaming payant, podcasts, musique en propriété, etc.) de l'autre.



Allemagne : une « barker channel » pour Paramount+ sur Sky

Une chaîne linéaire Paramount+ Showcase devrait prochainement être lancée en Allemagne, en direction des abonnés de Sky. Au-delà de sa valeur intrinsèque, sa programmation serait également conçue comme une vitrine de l'offre de la plateforme de streaming éponyme. Après avoir annoncé en juillet que nos arrivées étaient programmées pour le mois de septembre, les partenaires ne confirment plus toutefois, à ce jour, de calendrier précis.