

BRIEFING #4

nva

Mercredi 29 mai – 11 heures

Le streaming en pleine ébullition !

TF1+

prime video

M+

TV+

max

8 janvier

9 avril

14 mai

22 mai

11 juin

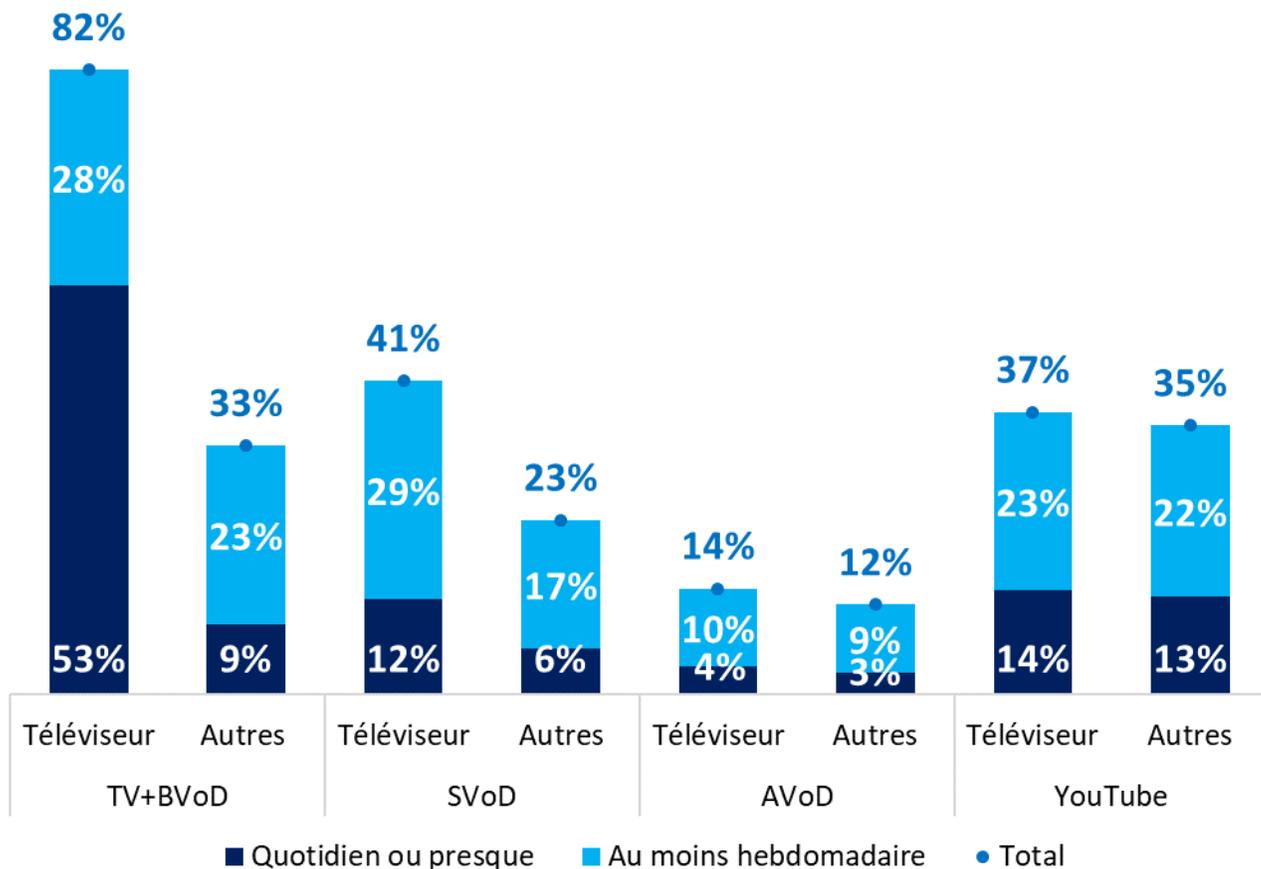
Rappels sur le Baromètre des Usages Audiovisuels

- **Plus de quatre années d'antériorité** dans le suivi des marchés du streaming
 - Créé en 2020 par NPA Conseil et Harris Interactive, sous le titre de Baromètre OTT
- **La capacité à mesurer des tendances émergentes** grâce à une forte granularité
 - Plus de 4000 répondants par vague, chaque trimestre, en moyenne.
- **Une vision globale des usages audiovisuels**
 - Données de cadrage : équipement audiovisuel des ménages, type de raccordement, liste des abonnements en cours, modalités de souscription...
 - Usages : voie d'accès privilégié aux contenus, abonnements aux offres payantes,
- **Un socle barométrique et des compléments modulables**
 - Questions initiées par NPA Conseil et Harris Interactive et intégrées au rapport général ou questions ad hoc traitées à titre exclusif pour leur souscripteur.

Constantes et points d'inflexion

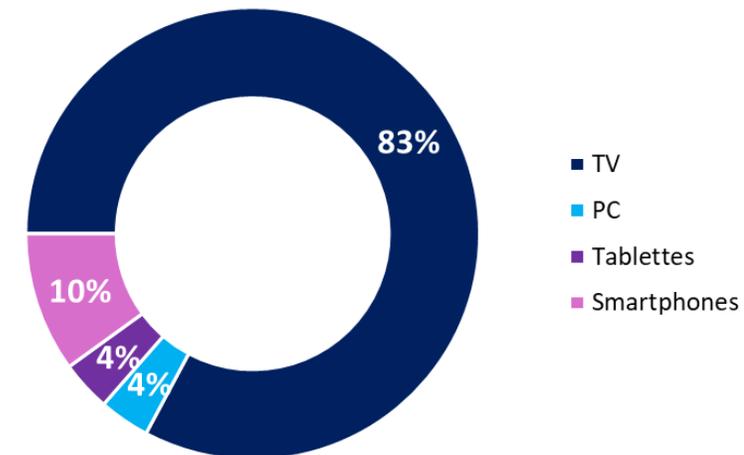
Le téléviseur comme intangible...

Fréquence d'accès aux offres audiovisuelles en fonction de l'écran utilisé



T1 2024

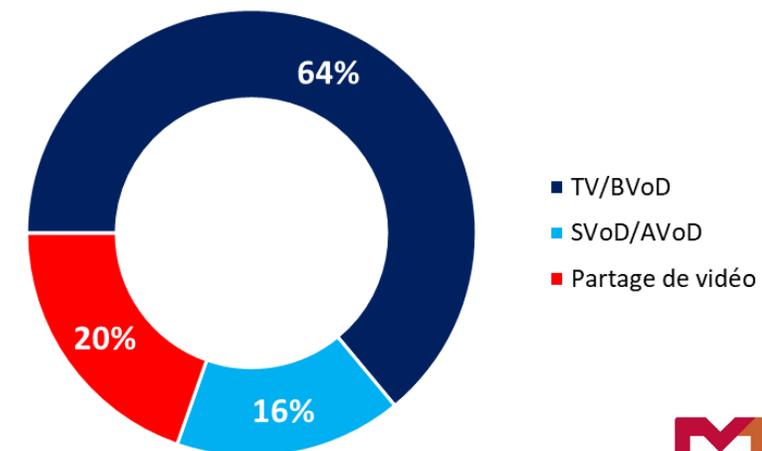
Répartition du temps vidéo par écran



Répartition du temps vidéo par services

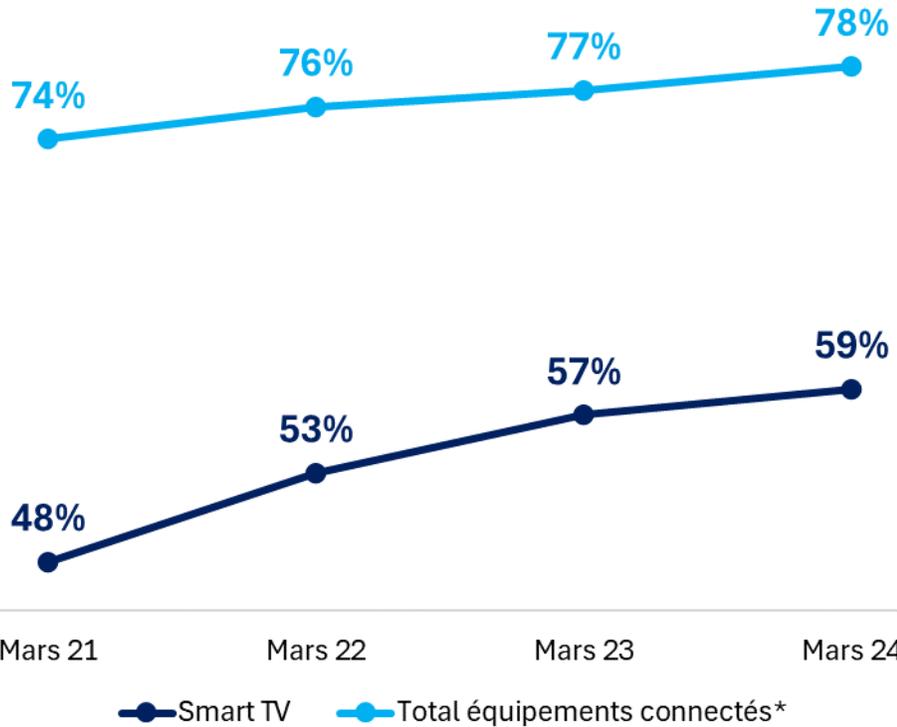


TV+BVoD : 76%
SVoD : 17%
YouTube : 7%

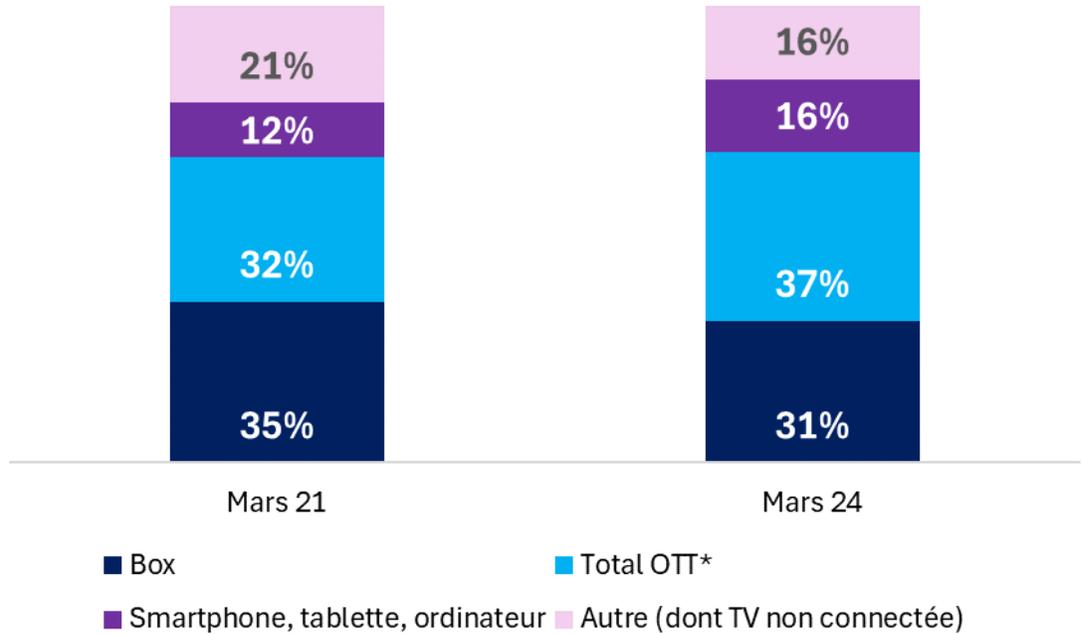


... Mais la box à l'épreuve des terminaux connectés

Équipement en matériels connectés des 25/49 ans



Voie d'accès privilégiée des 25/49 ans aux contenus



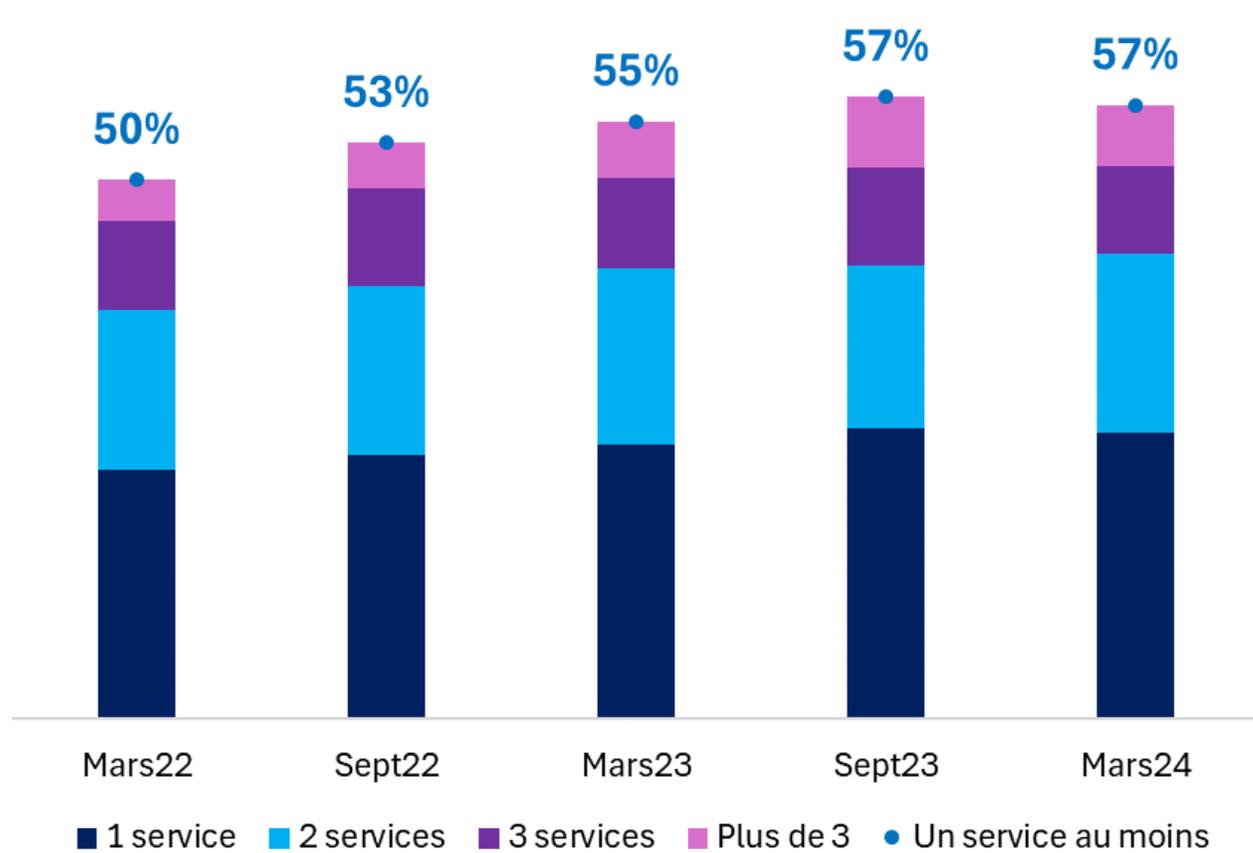
Équipement en rétroprojecteur : 9%



La baisse des « Autres moyens » est essentiellement due à la baisse d'usage du téléviseur non connecté.

Streaming payant : l'arrivée à l'asymptote ?

Pénétration de la SVoD



Plus de 50 ans



Moins de 35 ans



Une personne au foyer



Equipés smart TV



Une proportion stable de foyers mono-abonnés Netflix : le partage des codes divisé par plus de deux (20% début 2023 à moins de 9% en mars 2024)

Relance des usages et de la pénétration : forfaits avec publicité, agrégation...

Le lancement des forfaits avec publicité permet un double mouvement de reprise de valeur et d'ouverture à une clientèle moins solvable.

L'arrivée d'Apple TV+ dans les offres de Canal+, mi-avril 2023, a permis de tripler la part des usages de la plateforme.

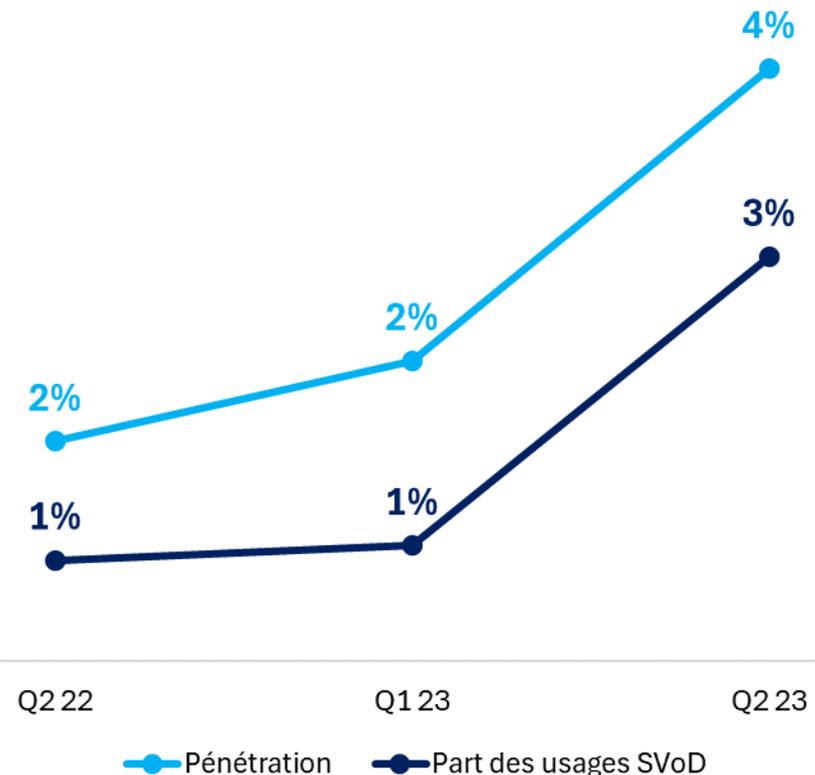
Les tarifs des principales plateformes de SVoD

Netflix	Avec publicité : 5,99€	Standard : 13,49€	Premium : 19,99€
Prime Vidéo	Avec publicité : 6,99€	Sans publicité : 8,98€	
Disney+	Avec publicité : 5,99€	Standard : 8,99	Premium : 11,99€
Paramount+	Standard : 7,99€	Premium : 10,99 €	
Apple TV+	9,99€		
Max	Avec publicité : 5,99€	Standard : 9,99	Premium : 13,99€



56% des abonnés à Netflix avec publicité n'étaient pas auparavant abonnés à Netflix ; la proportion atteint 61% pour Disney+

Pénétration et part des usages d'Apple TV+



... Et élargissement de l'offre : l'arrivée de Max le 11 juin

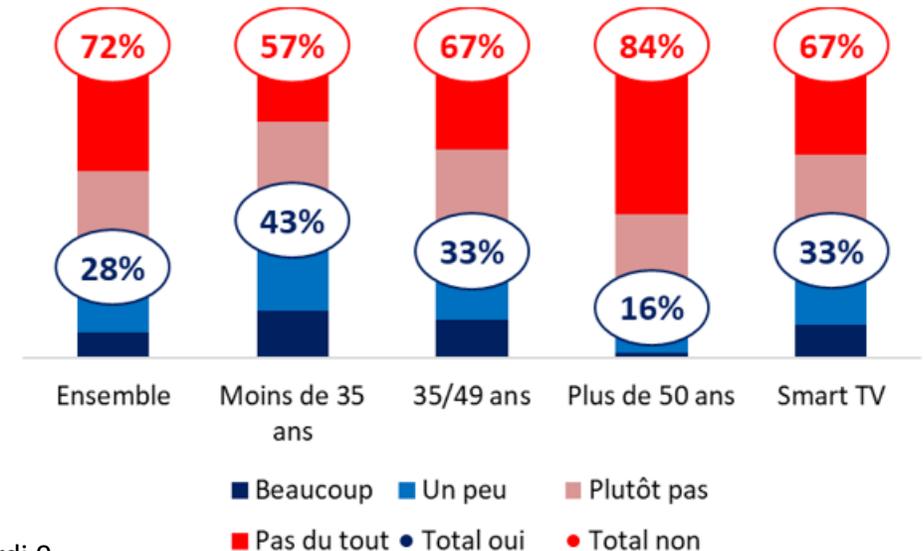
Hyper distribution + Mix Live / On demand + Option Sport



5€

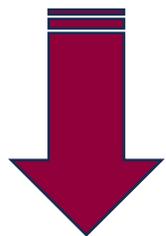
Niveau d'intérêt exprimé pour Max

« Dans quelle mesure seriez-vous intéressé par ce futur service de vidéos à la demande en illimité par abonnement appelé « Max » ? »



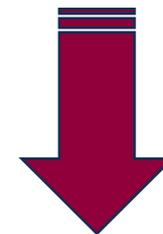
L'agrégation à la croisée des chemins publicitaires

CANAL+



ou

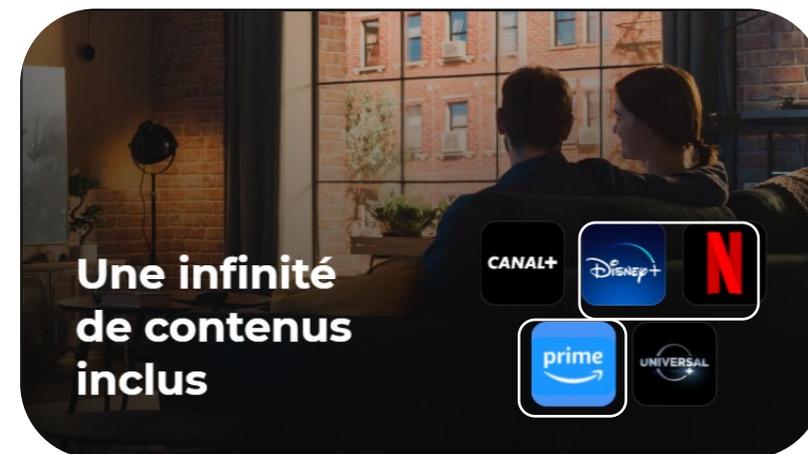
Freebox Ultra



Versions sans publicité

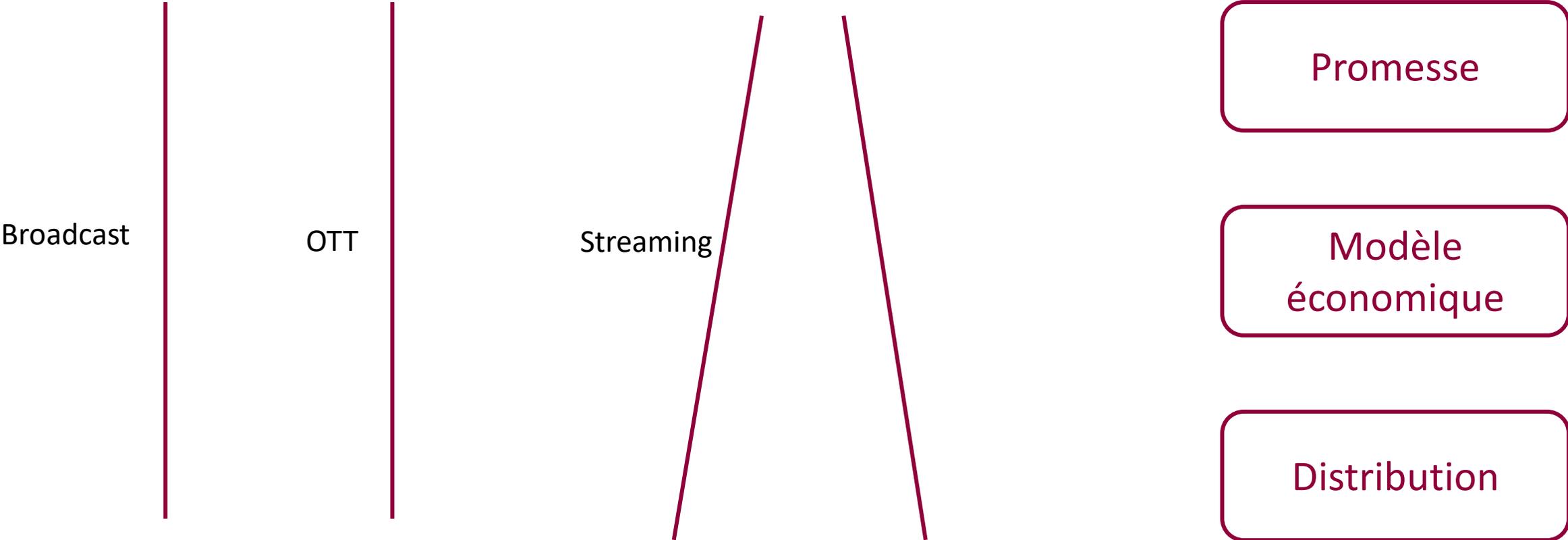


Versions avec publicité



La fin des mondes parallèles...

La fin des mondes parallèles...

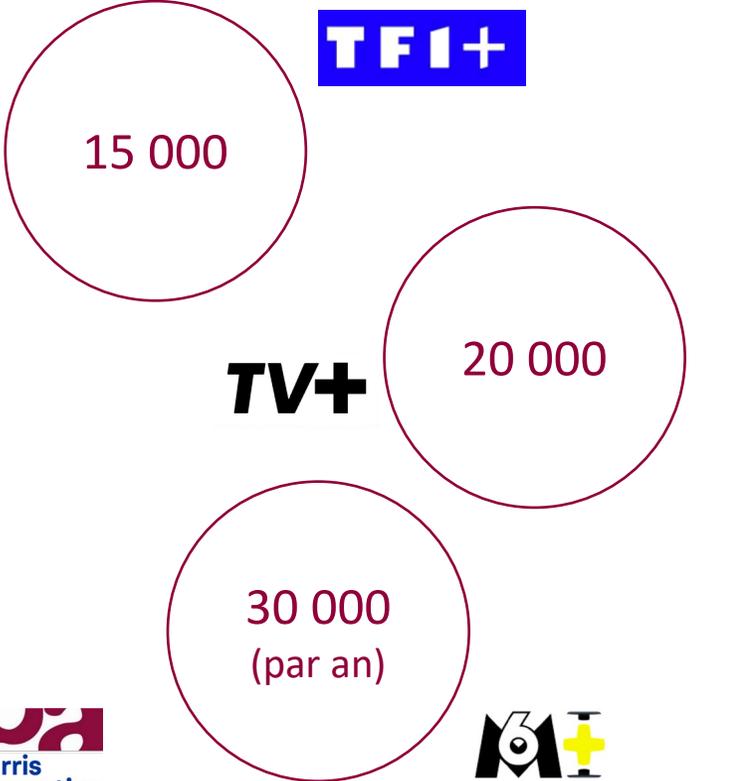


La fin des mondes parallèles...

Volume

Dépassement de fonction

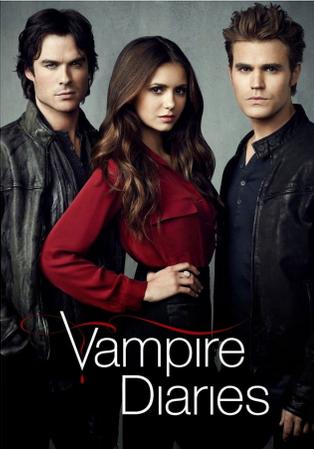
Promesse



Profondeur / fraîcheur :
De l'avant-première au box set

Live / à la demande :
Le sport au centre

Télescopages...

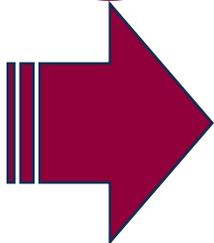


prime video TFI+ M

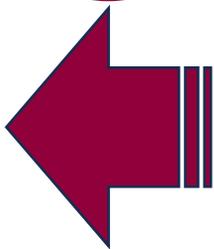
La fin des mondes parallèles...



5%*



53%/
22%**



Promesse

Modèle économique

prime video



NETFLIX

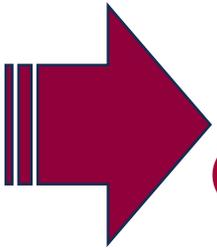
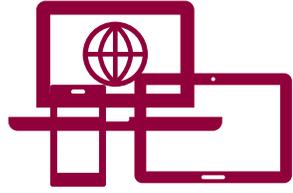
...

max

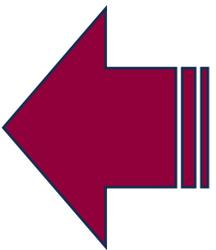
* : Part des Français à l'un au moins de ces services ; ** : Part des Français à l'un au moins de ces services / Part des Français abonnés à Netflix avec pub, Disney avec pub ou prévoyant entre le 2 et le 9 avril de conserver le forfait Prime Vidéo avec pub.
Source : Baromètre des Usages Audiovisuels



La fin des mondes parallèles...



Promesse



Modèle économique



Distribution



La TNT comme prochain front

La TNT sur les terminaux connectés : un semi-angle mort jusqu'à la fin 2023...



my CANAL

27,99 €



MOLOTOV EXTRA

6,99€



MY TFI MAX | 6play max

4,99€



Arcom

SIG

Une ouverture qui va s'élargir jusqu'en 2025

22 mai



2 €

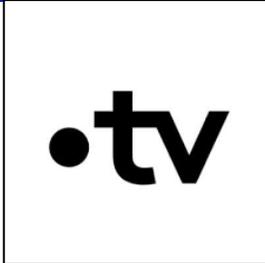


6,99€

8 janvier



14 mai



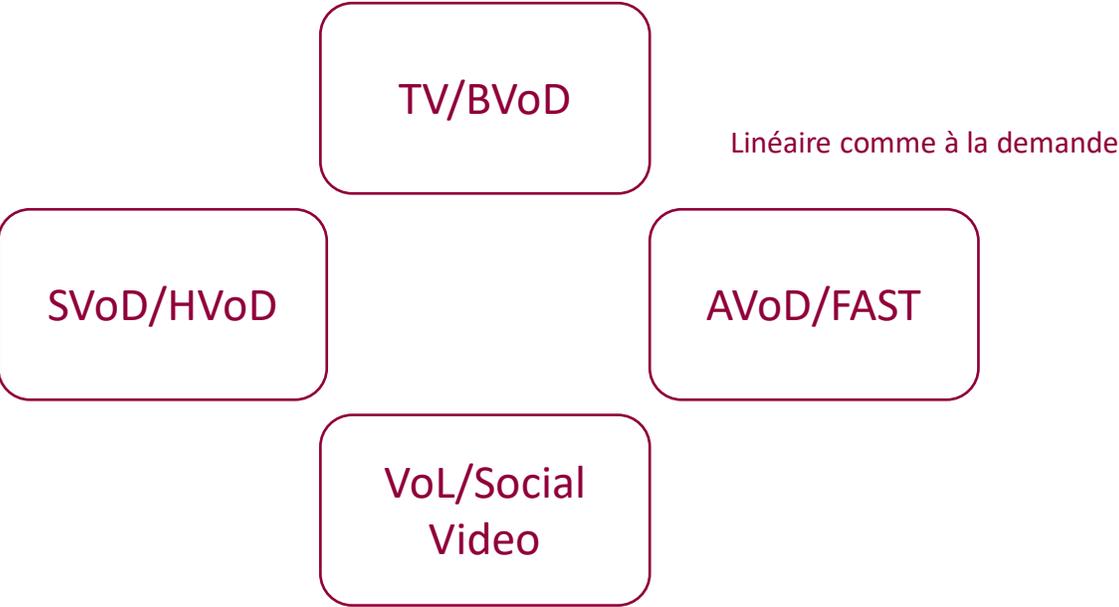
arte.tv

Arcom



Le nouveau paysage concurrentiel de la CTV

Temps disponible



Monétisation

TV :
3,4 Mds€

- TV + TVS + BVoD : 3,2
- CTV hors TV : 0,2

Hors TV :
1,7 Md€

- Display : 0,6
- Social Video : 1,1

 Couverture, duplication, répétition...
Quel CPM ?

Save the date

BRIEFING nva #5

Mardi 25 juin – 11 heures

Retail Média et TV connectée :
La promesse d'une croissance explosive ?



En partenariat avec



BRIEFING nva #4

Mercredi 29 mai – 11 heures

Merci !