



« Une heure pour décrypter les sujets-clés de la saison »

10 octobre 2023



Un mot sur notre actualité

2000



insight	
nva	
1099	
05/10/23	
L'édito	2
SVoD : streamflation ou segmentation ?	2
L'agenda	3
Insight	9
1,7 millions d'utilisateurs quotidiens en moins pour la SVoD sur les neuf premiers mois de l'année	9
AVoD/FAST : l'offre poursuit son ancrage local	14
La télévision linéaire résiliente en Allemagne, Espagne, France et Italie	16
Notion de producteur européen et accès au soutien du CNC au cœur d'un contentieux devant le Tribunal administratif	17
Etats Généraux de l'Information : une consultation publique pour ouvrir la phase de diagnostic	20
En Bref	23
En Bref Juridique	32
Repères	33
Nouveautés à venir : du jeudi 5 octobre au mercredi 11 octobre 2023	33
Repère SVoD - Performance des créations originales françaises - Semaine du 25 septembre au 1er octobre 2023	34
Repère de la consommation SVOD - Semaine du 25 au 1 ^{er} octobre 2023	35

10 octobre 2023



Un mot sur notre actualité

2000

Cédric Monnier (OKAST)
L'arrivée dans les box va accélérer la montée de IWOOD et des FAST

Dependance ou désintoxication de la Ligue 1 : NPA Conseil a mesuré l'évolution du portefeuille de droits de Canal+ entre 2018 et 2023

Notion de producteur européen et accès au soutien de CNC au cœur d'un contentieux devant le Tribunal administratif

Publicité : dernière ligne droite avant la fin des cookies tiers

Prime Video en France : le potentiel en 2025 d'une chaîne leader de la TNT

L'INSIGHT NPA

CONTENUS & SERVICES

DAILY INSIGHT 03/10/2023

L'édito de Philippe Bailly

AVOFAST : l'affaire poursuit son saccage local

Dependance ou désintoxication de la Ligue 1 : NPA Conseil a mesuré l'évolution du portefeuille de droits de Canal+ entre 2018 et 2023

Daniel Harroch (Zylo) : le boom du FAST confirme le regain d'intérêt pour le linéaire

IWOOD : une consommation audiovisuelle très variable selon l'âge des utilisateurs

MYTF1 complète sa stratégie d'oper distribution

Tweets de @npaconseil

IWOOD : plus de 30 % d'utilisateurs exclusifs parmi les Français ; YouTube sur la TV : un sur huit

Espagne : une consommation audiovisuelle très variable selon l'âge des utilisateurs

MYTF1 complète sa stratégie d'oper distribution

BUSINESS

Connexion Déconnexion

Rechercher ...

Insight NPA

Contenus & Services | Business | Techno & Equipements | Cadre Juridique | Dossiers NPA | Daily Insight | Repères | Agenda

Accueil

Daniel Harroch (Zylo)

"Le boom du FAST confirme le regain d'intérêt pour le linéaire"

Découvrir

Dependance ou désintoxication de la Ligue 1 : NPA Conseil a mesuré l'évolution du portefeuille de droits de Canal+ entre 2018 et 2023

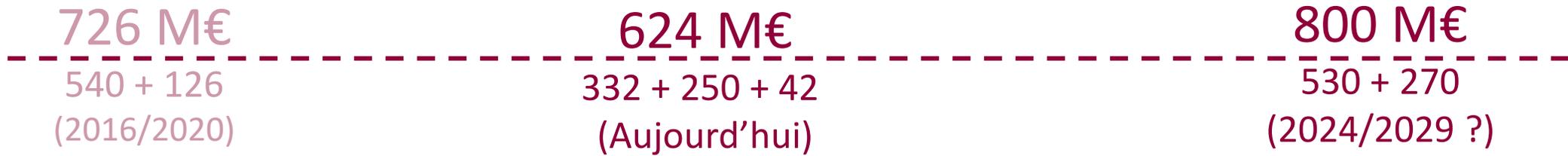
Notion de producteur européen et accès au soutien de CNC au cœur d'un contentieux devant le Tribunal administratif

Publicité : dernière ligne droite avant la fin des cookies tiers

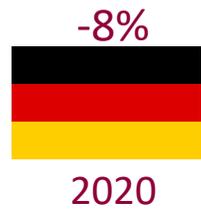
Prime Video en France : le potentiel en 2025 d'une chaîne leader de la TNT

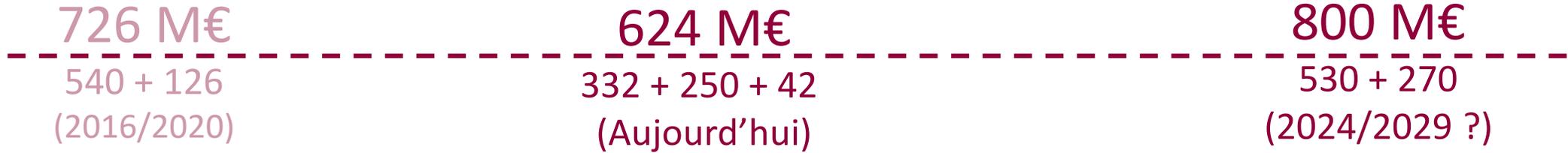
10 octobre 2023
npa

<https://insight.npaconseil.com/>

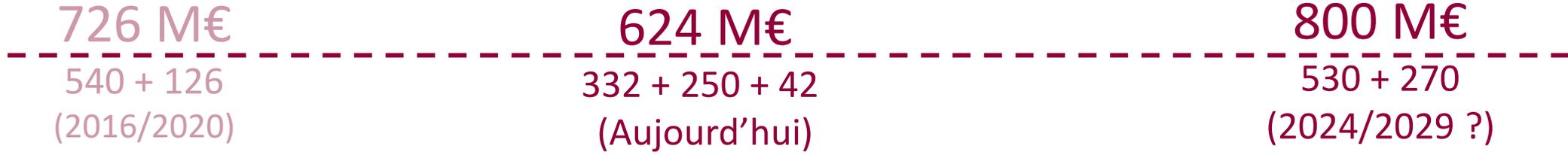


- Un horizon plus long pour l'exploitation des droits : 5 saisons au lieu de 4
- 18 équipes au lieu de 20 : moins de matches (306 vs 380), mais plus d'affiches
- Des droits étendus en digital (suppression du lot 6, détenu par Free)





- L'exception française :
 - 250 M€ pour 7 matches cette saison, commercialisés en option
 - Premier League : 20 matches par saison (depuis 2019, prolongés jusqu'en 2025)
 - Bundesliga : droits revendus à DAZN
 - LaLiga, Serie A : pas candidat

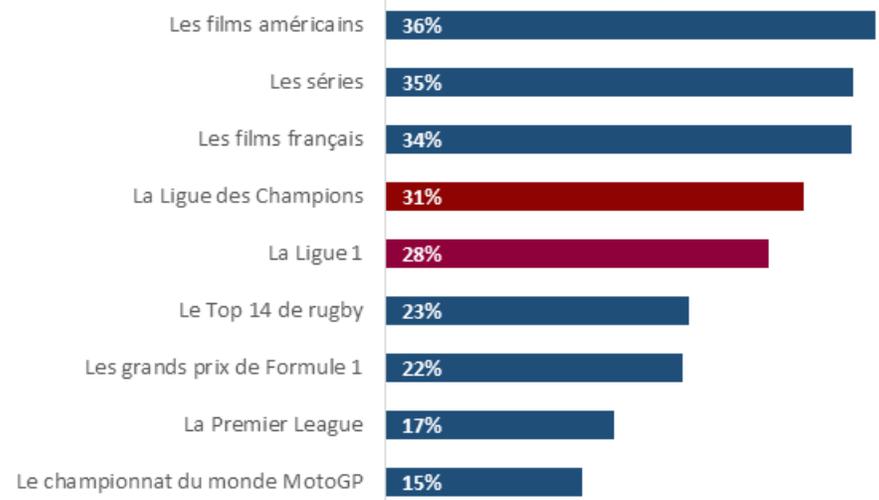


CANAL+

?

- Encore dépendant ou désintoxiqué de la Ligue 1 ?

Programme ayant joué de façon « très importante » dans la décision d'abonnement à Canal+



10 octobre 2023



CANAL+

2018



CANAL+

2023

A circular collage of various sports and media logos. The logos include Coupe de France, UEFA Champions League, LaLiga, Bundesliga, Serie A, Ligue 1, beIN, NBA, NFL, Major League Baseball, FFR XIII, Autumn Nations Cup 2020, WTA, and Wimbledon.

Football

Logos include: Ligue 1 Uber Eats, Premier League, Europa League, UEFA Champions League, and the Saudi Football Federation logo.

Sports mécaniques

Logos include: F1, F2, F3 FIA European Championship, ANDROS, WRC, and Indycar.

Rugby

Logos include: PRO D2, TOP 14, World Rugby, and HSBC Sevens Series.

Logos include: WSL, Jupiler Pro League, DAZN 1, matchroom, and IMPACT! Wrestling.

Golf

Logos include: The Open, PGA TOUR, Ryder Cup, Evian Championship, and US Open.

A circular collage of various sports and media logos. The logos include Paris 2024, Giro d'Italia, Eurosport, Formula E, La Vuelta, 24h Le Mans, and Dakar.

726 M€

540 + 126
(2016/2020)

624 M€

332 + 250 + 42
(Aujourd'hui)

800 M€

530 + 270
(2024/2029 ?)



?

- Des studios focalisés sur la baisse de leurs coûts
- Alphabet n'a acquis des droits significatifs (NFL) qu'aux Etats-Unis, et pour YouTube TV
- Meta n'a fait qu'une brève incursion dans les droits sportifs
- Apple a payé 238 M€ pour 100% des droits Monde de la MLS
- Aucun de ces acteurs n'a misé lors de l'appel d'offres pour la Serie A italienne.

726 M€

540 + 126
(2016/2020)

624 M€

332 + 250 + 42
(Aujourd'hui)

800 M€

530 + 270
(2024/2029 ?)



?

- « *DAZN veut être un diffuseur important de la Ligue 1* » :
 - Serie A : candidat à la reconduction, comme Sky
 - La Liga : co-diffuseur avec Movistar
 - Bundesliga : co-diffuseur avec Sky
 - Premier League : candidat malheureux à la reprise de BT Sport
 - France : accord avec Canal+ sur la diffusion de la D1 Arkema et de la Ligue 1



Streaming video : streamflation ou segmentation ?



Karl Fombuena



10 octobre 2023



Streamflation ou segmentation ?

Les tarifs à fin octobre 2022



8,99€

13,49€

17,99€



8,99€



6,99€

10 octobre 2023



Streamflation ou segmentation ?

Les tarifs 2024 après introduction de la publicité

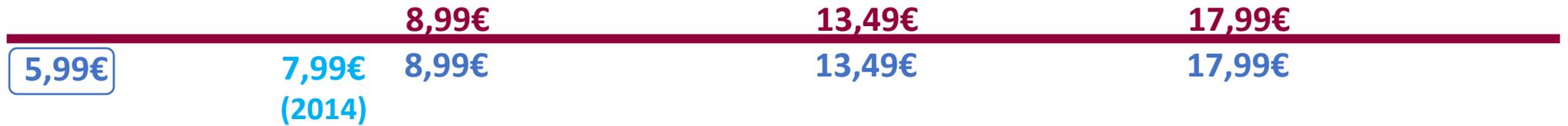


10 octobre 2023



Streamflation ou segmentation ?

Les tarifs au lancement



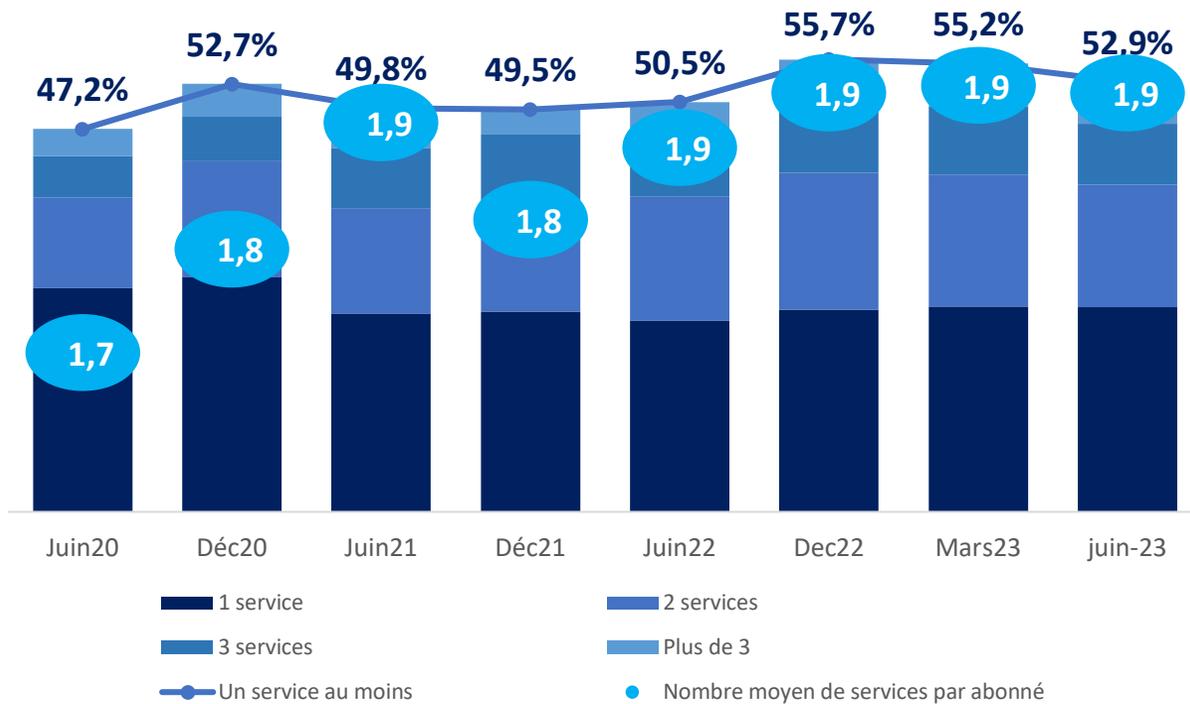
10 octobre 2023



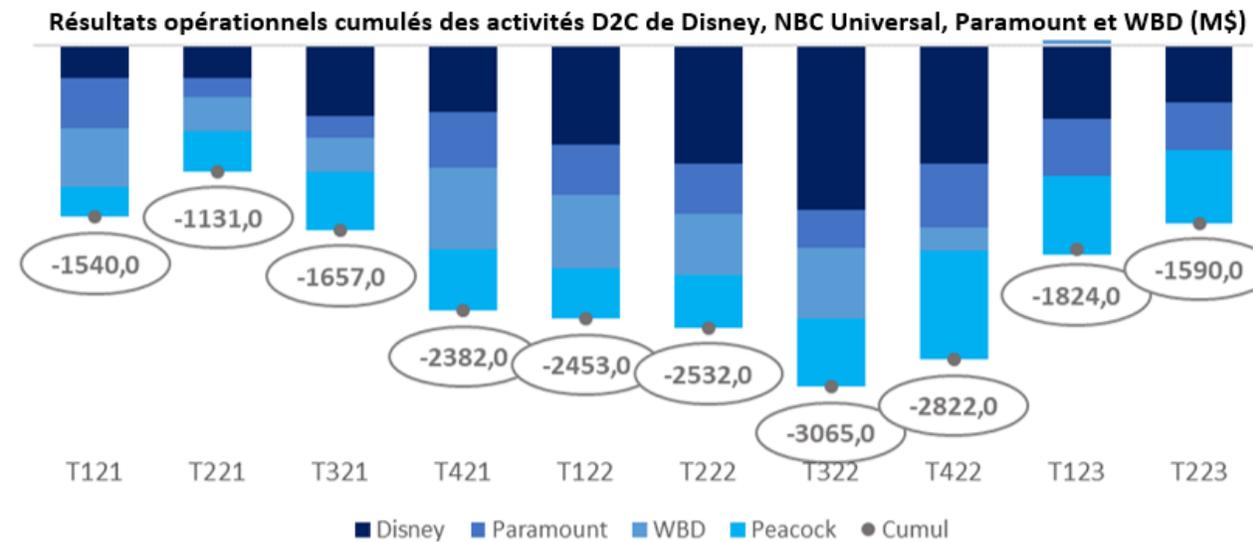
- ✓ 2 streams au moins
- ✓ HD vs 4K
- ✓ Catalogues identiques

Relancer la pénétration, sans dégrader l'exploitation

Trois points de pénétration perdus en six mois, pour partie grâce à la baisse du partage de comptes



Arriver à la rentabilité reste un enjeu-clé
Les activités D2C des studios ont perdu 18 Mds\$ en deux ans



10 octobre 2023



✓ Pas de lancement majeur à prévoir, en principe, en 2024

Relancer la pénétration, sans dégrader l'exploitation

La distribution via les box ou en inclusion prend une part croissante pour les derniers services lancés

2014



2016



2020



2022



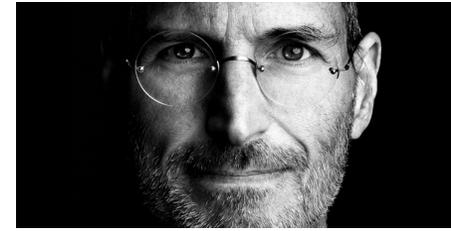
Et aussi...  Pénétration x2 après l'intégration à Canal+

10 octobre 2023



- ✓ Les distributeurs pour étendre la pénétration des forfaits avec pub
- ✓ Mais dans quel partage de valeur ?

One more thing...



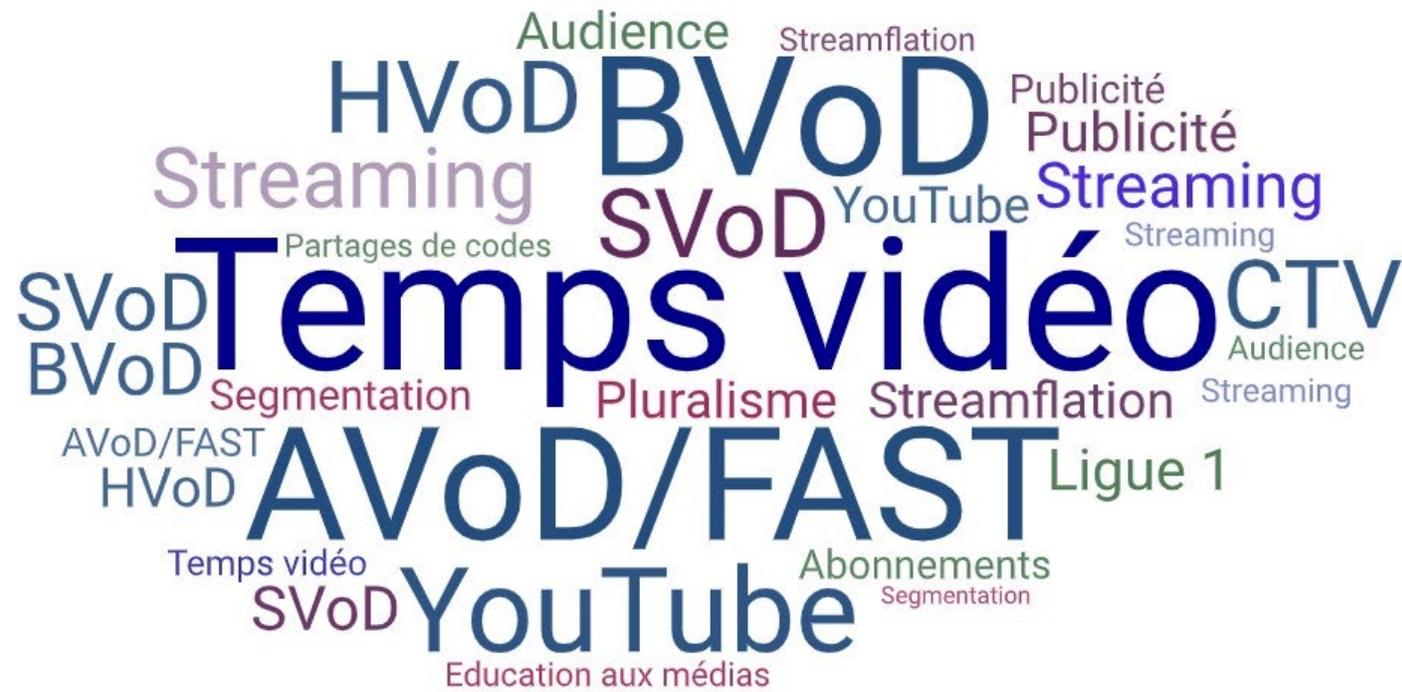
Le Baromètre OTT devient le Baromètre des Usages Audiovisuel :

- ✓ Qualification fine de l'équipement audiovisuel des Français (électronique grand public, raccordements à internet, part du triple play)
- ✓ Modes d'accès privilégié aux programmes (Box opérateur / TV en OTT / autres écrans)
- ✓ Accès aux services de SVoD et de Pay TV premium (distinguant les différents canaux d'abonnement ainsi que le partage de comptes)
- ✓ **Suivi renforcé** des habitudes de fréquentation de la TV linéaire et des plateformes de streaming (BVoD, SVoD, AVoD/FAST, YouTube sur le téléviseur)

10 octobre 2023



Le terrain de la 14^e vague est en cours



Une guerre sous contrainte pour le streaming gratuit



Isabelle Maurice

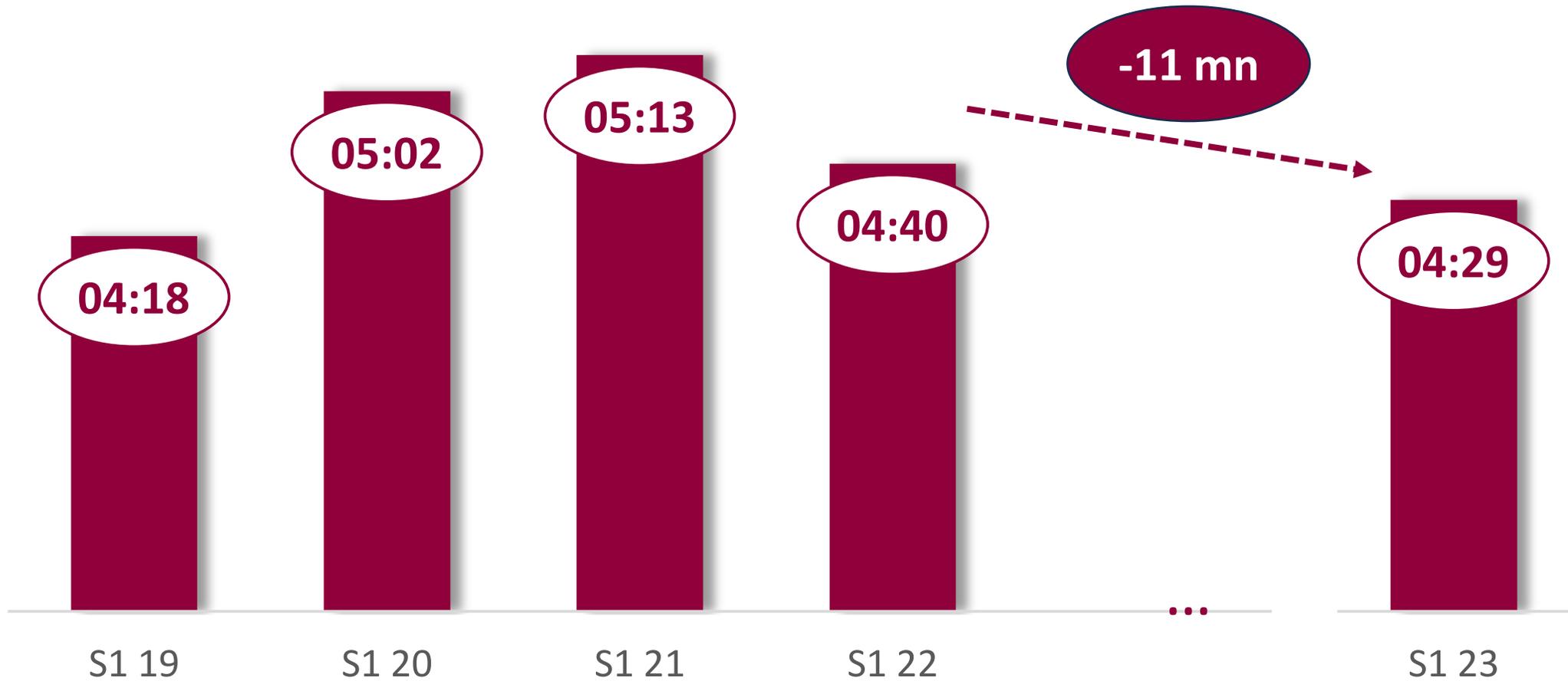


Mediametrie

10 octobre 2023



Un temps vidéo... qui atteint l'asymptote



10 octobre 2023



Données 4 écrans ; Source : Global Vidéo, Vagues 23 à 31 & Médiamat – Base : Ind4+ Equipés TV

AVoD Market Report

L'étude *AVoD Market Report* a été lancée fin 2022 par NPA Conseil afin de suivre, tout au long de l'année 2023, le développement de l'écosystème de l'AVoD, des FAST et plus globalement de la CTV. Elle capitalise sur la veille stratégique de Médiamétrie et de NPA Conseil, sur les insights de leurs études de référence, mais aussi sur des entretiens avec les acteurs clé du marché (près de 70 structures rencontrées à ce jour).

KPI's clé
actualisées trois fois
dans l'année

- ✓ **Suivi des usages**, qualitatif et quantitatif sur quelques métriques clés (par cibles, device, plateforme...)
- ✓ **Suivi de l'offre** de chaînes / plateformes
- ✓ **Focus sur la distribution des offres** (chaînes, plateformes...)
- ✓ **Investissement des annonceurs** (secteurs, marques)



**3 DOSSIERS
THÉMATISÉS**

Mars 2023

ÉTAT DES LIEUX MARCHÉ
À L'INTERNATIONAL

Mapping des acteurs, usages et revenus par grands marchés (Etats-Unis, Royaume-Uni, Allemagne, Espagne, France, Italie), dynamiques clés.

Juillet 2023

L'ORGANISATION DU MARCHÉ
AVOD-FAST EN FRANCE

Environnement (technologique, juridique, opérationnel...), jeux d'acteurs et structuration de la filière, facteurs clés de succès, leviers de croissance et challenges à relever

Octobre 2023

PERSPECTIVES
AVOD, FAST ET CTV

Investissements publicitaires, bilan à mi-année, nouveaux compétiteurs (BVoD, SVoD...) développements de la mesure, projection de revenus 2024

npa

X

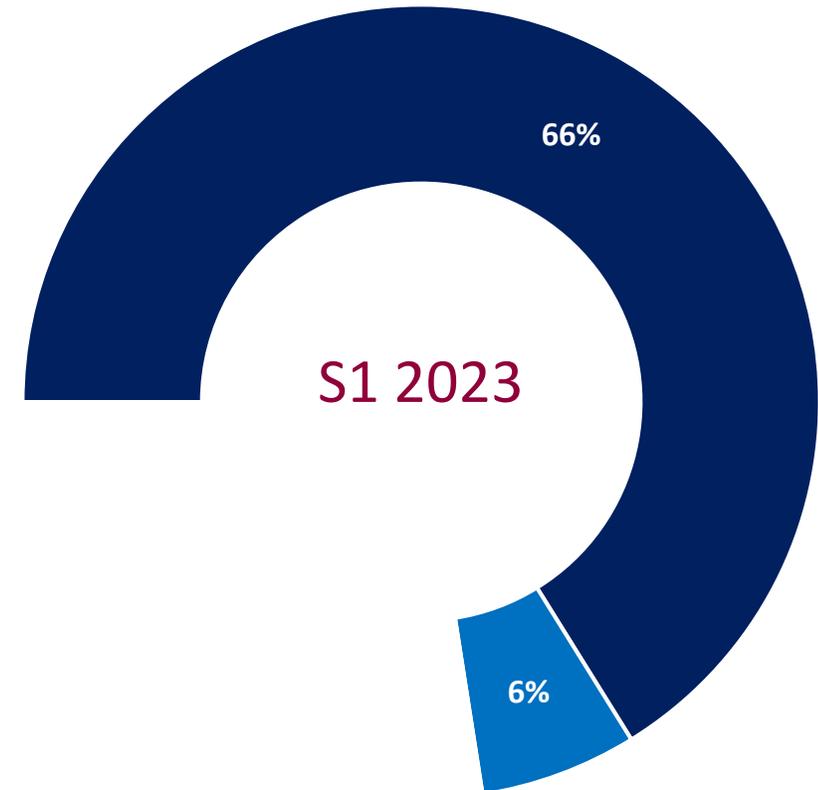
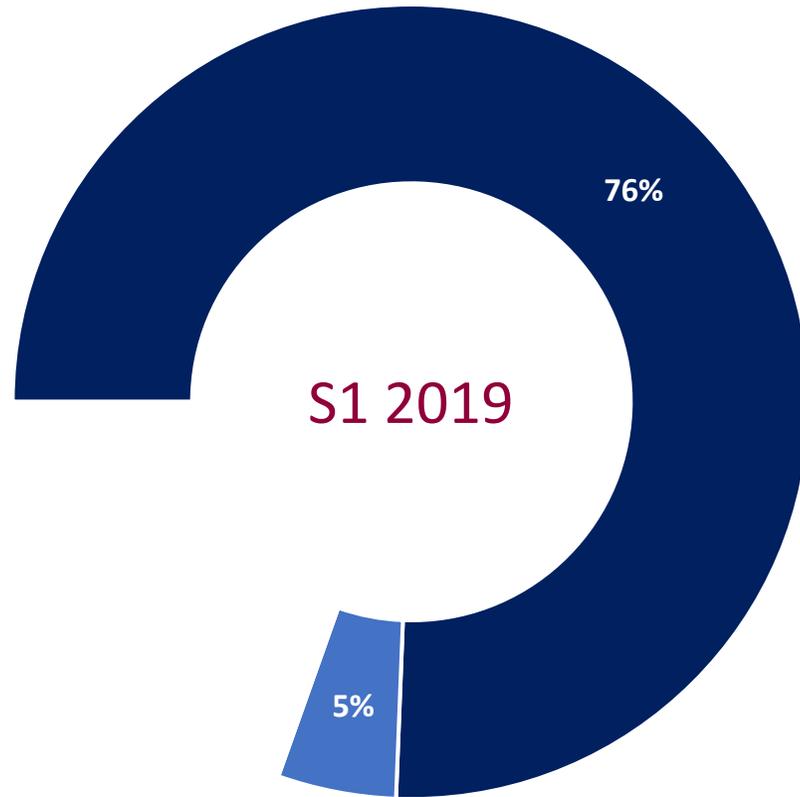
M

Disponible en
version
française et
anglaise

Le replay n'a pas compensé depuis 2019 les pertes du linéaire

Quid du prisme élargi de la BVoD ?

Le téléviseur reste la place forte des broadcasters.



■ TV Live ■ BVoD ■ SVoD/BVoD ■ Partage de vidéo ■ Autre streaming gratuit (dont AVoD/FAST)

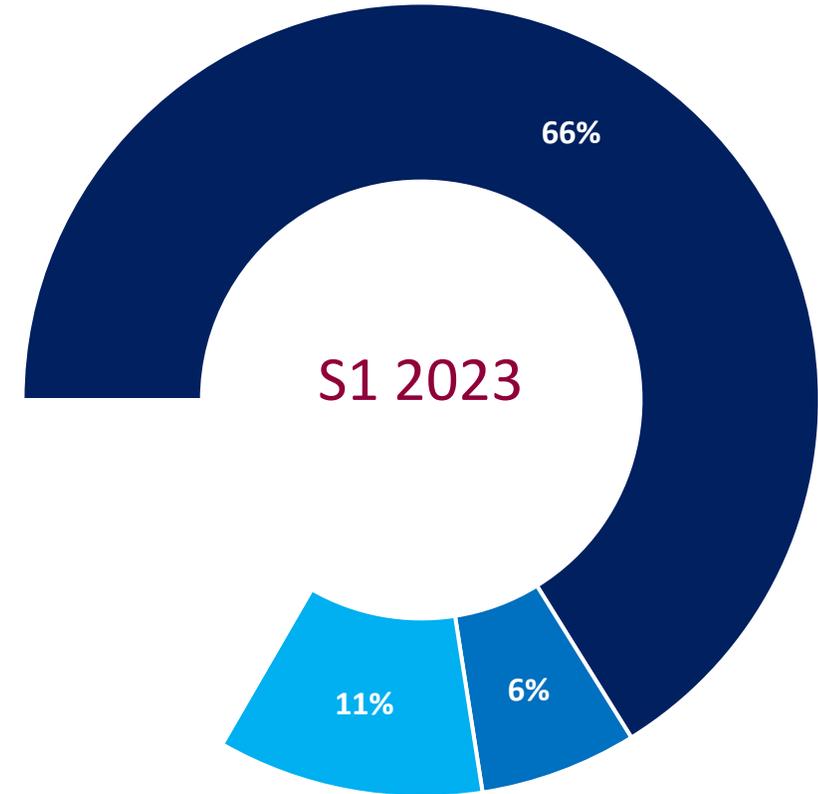
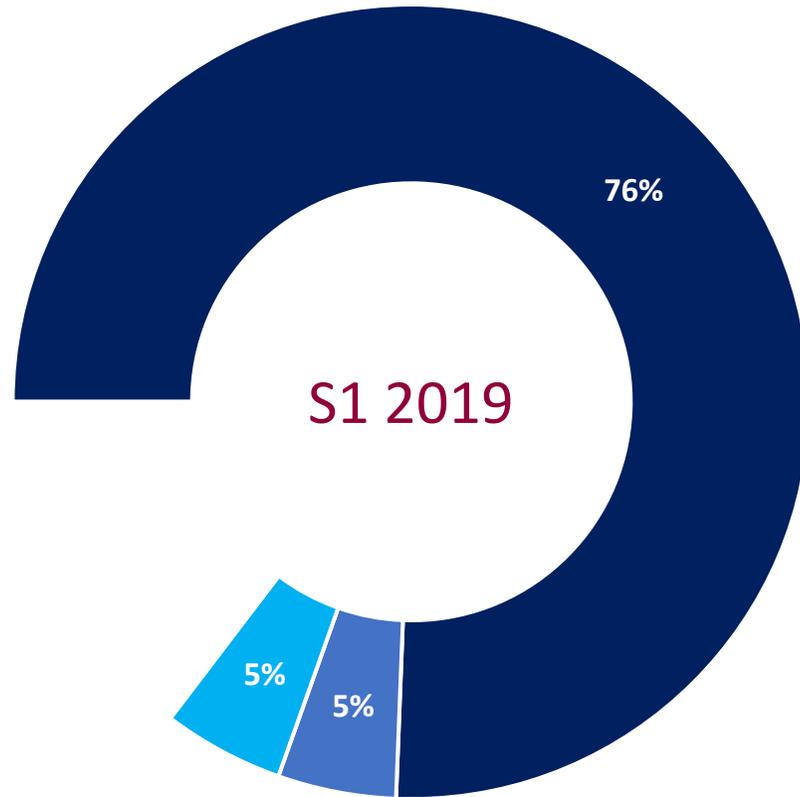
10 octobre 2023



Données 4 écrans ; Source : Global Vidéo, Vagues 23 à 31 & Médiamat – Base : Ind4+ Equipés TV

Une nouvelle répartition qui profite à la SVoD

La lutte contre le partage de comptes a nui depuis le printemps au niveau d'usage (moins de *free riders*)



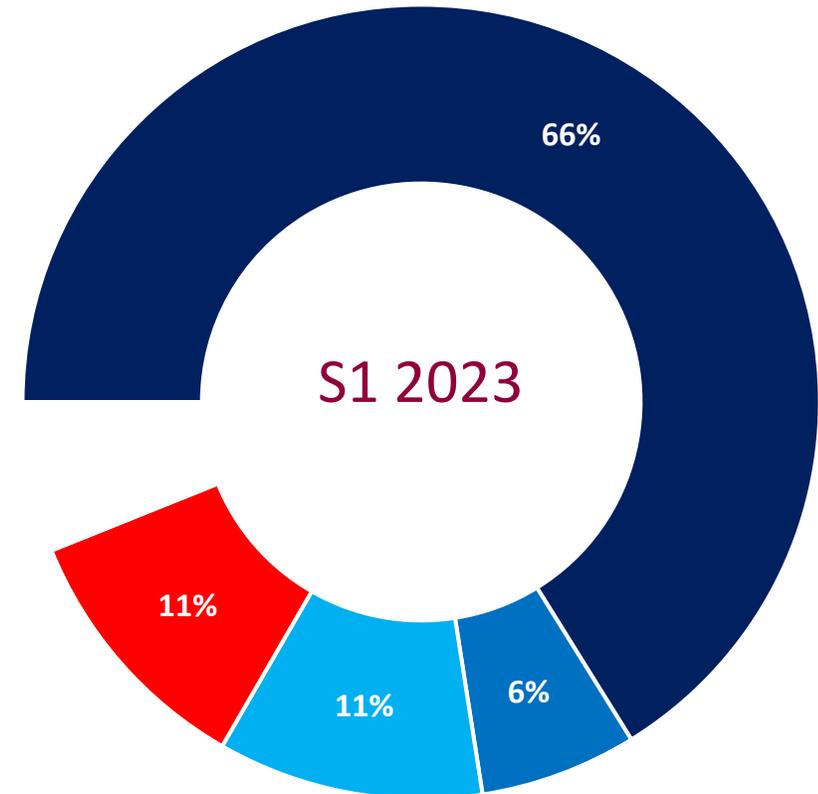
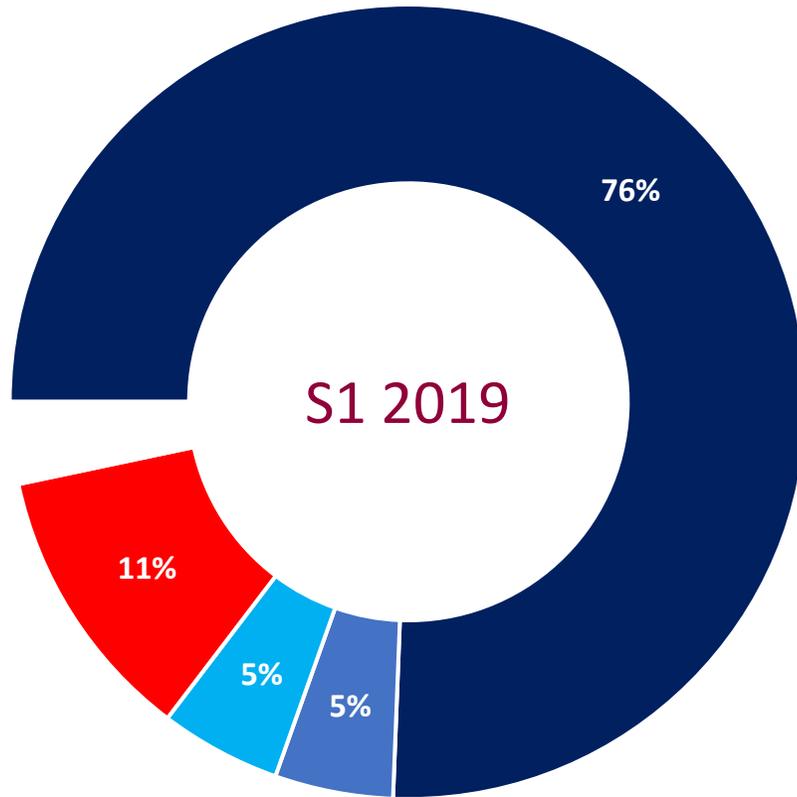
■ TV Live ■ BVoD ■ SVoD/BVoD ■ Partage de vidéo ■ Autre streaming gratuit (dont AVoD/FAST)

10 octobre 2023



Données 4 écrans ; Source : Global Vidéo, Vagues 23 à 31 & Médiamat – Base : Ind4+ Equipés TV

Le poids du partage de vidéo est stable sur cinq ans



■ TV Live ■ BVoD ■ SVoD/BVoD ■ Partage de vidéo ■ Autre streaming gratuit (dont AVoD/FAST)

10 octobre 2023

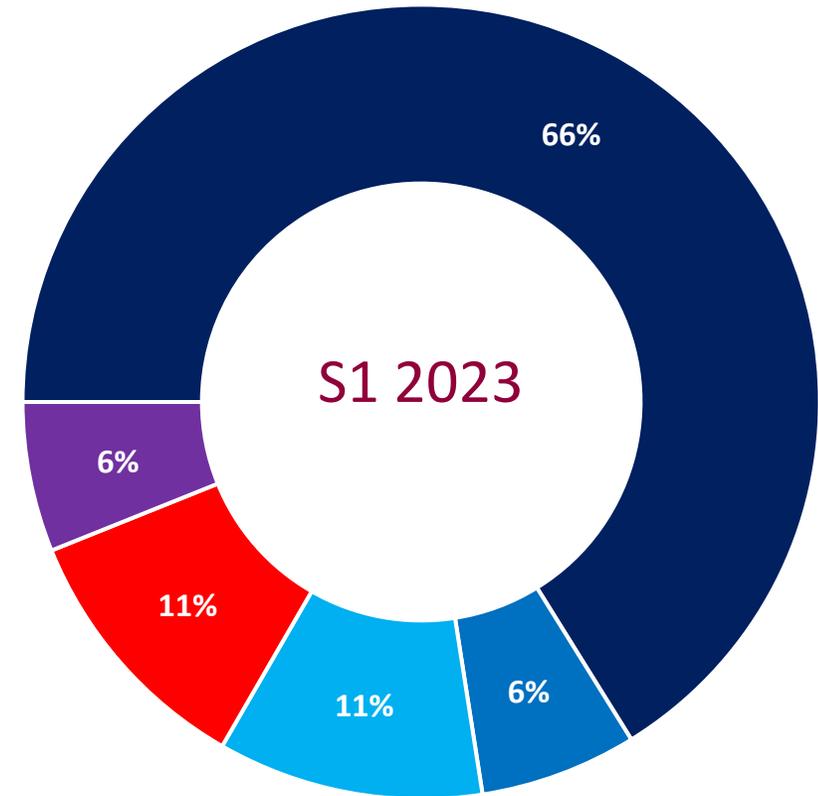
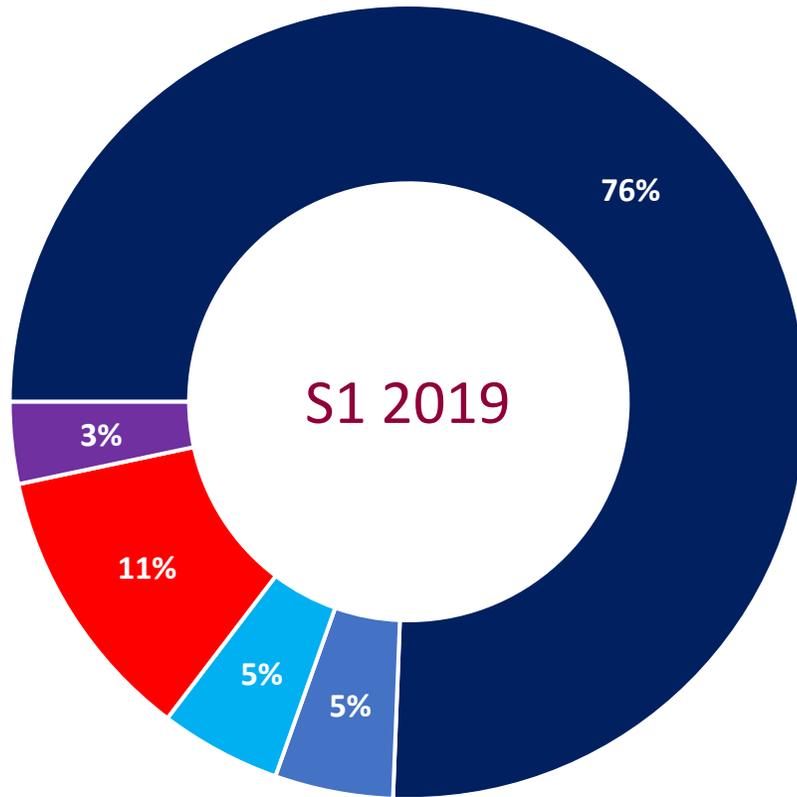


Données 4 écrans ; Source : Global Vidéo, Vagues 23 à 31 & Médiamat – Base : Ind4+ Equipés TV

Réseaux sociaux, AVoD, FAST ont doublé leur part du temps vidéo

Avec, déjà, 260 chaînes différentes sur les principales plateformes d'AVoD et de FAST

Et une très forte concentration sur le téléviseur



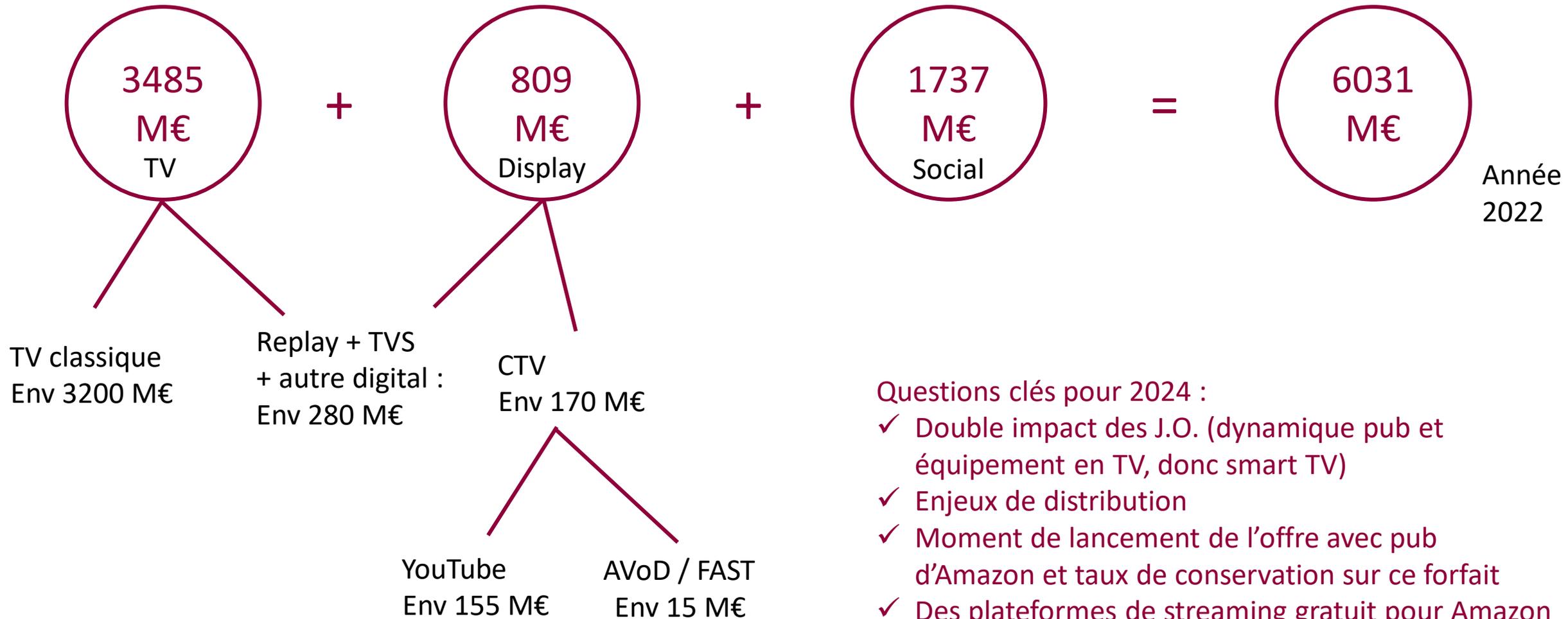
■ TV Live ■ BVoD ■ SVoD/BVoD ■ Partage de vidéo ■ Autre streaming gratuit (dont AVoD/FAST)

10 octobre 2023



Données 4 écrans ; Source : Global Vidéo, Vagues 23 à 31 & Médiamat – Base : Ind4+ Equipés TV

Un marché vidéo qui pèse 6 milliards d'euros

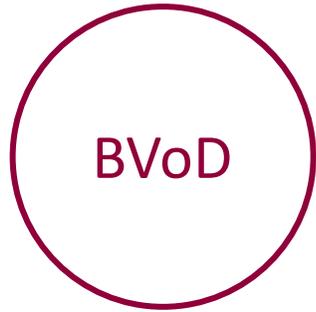


10 octobre 2023

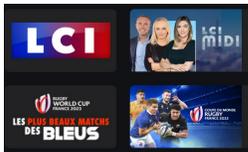


Guerre de mouvement annoncée autour de la CTV !

Avec une très forte concentration sur le téléviseur pour l'AVoD et les FAST



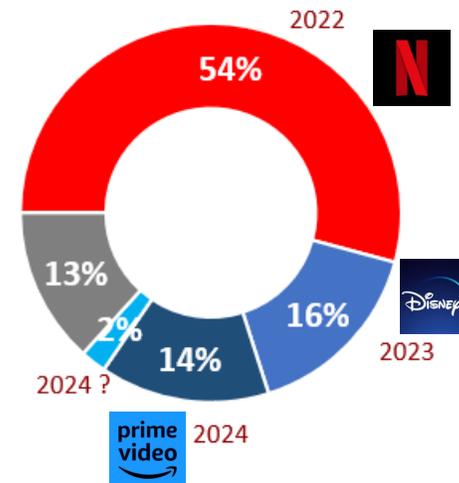
Une offre de programmes élargie
Une stratégie d'hyperdistribution



Premiumisation des offres.
Élargissement de la distribution



Généralisation des offres avec pub
85% de l'audience Potentielle en 2024



Spots de 30'' « inskipables »
Lancement de FAST en Europe en 2024 ?

◆ WSJ NEWS EXCLUSIVE | MEDIA & MARKETING

YouTube Tests New Hub of Free Streaming Channels

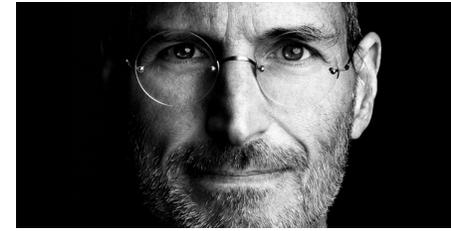
Tech company's effort could rival Roku, Fox in fast-growing area of streaming business

10 octobre 2023



Données 4 écrans ; Source : Global Vidéo, Vagues 23 à 31 & Médiamat – Base : Ind4+ Equipés TV

One more thing...



Le 3^e volet de l'*AVoD Market Report* étudiera notamment :

- ✓ les niveaux de couverture, profils d'utilisateurs et fréquence d'usage des différentes offres à fin septembre
- ✓ les parts d'utilisateurs exclusifs et les niveaux de recoupement à fin septembre
- ✓ Etablira des projections d'usage sur 2024
- ✓ Scénarisera les variables les plus structurantes (évolution qualitative et quantitative des offres, accords de distribution, modalités et calendrier des nouvelles offres avec publicité)
- ✓ Approfondira le modèle de prévisions de recettes des différents services en fonction d'hypothèses d'évolution du temps vidéo, des taux de remplissage des écrans, des niveaux de CPM...

10 octobre 2023



L'étude sera disponible fin octobre



Nouveau leader pour un marché à plus de 13 Mds€ ?

10 octobre 2023



Plus de 13 Mds€ de chiffre d'affaires au total

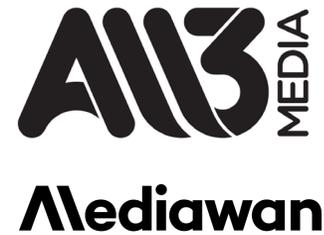
Plus de
3 Mds€



Environ
2,3 Mds€



Environ
1 Md€



Environ
400 M€



Environ
250 M€



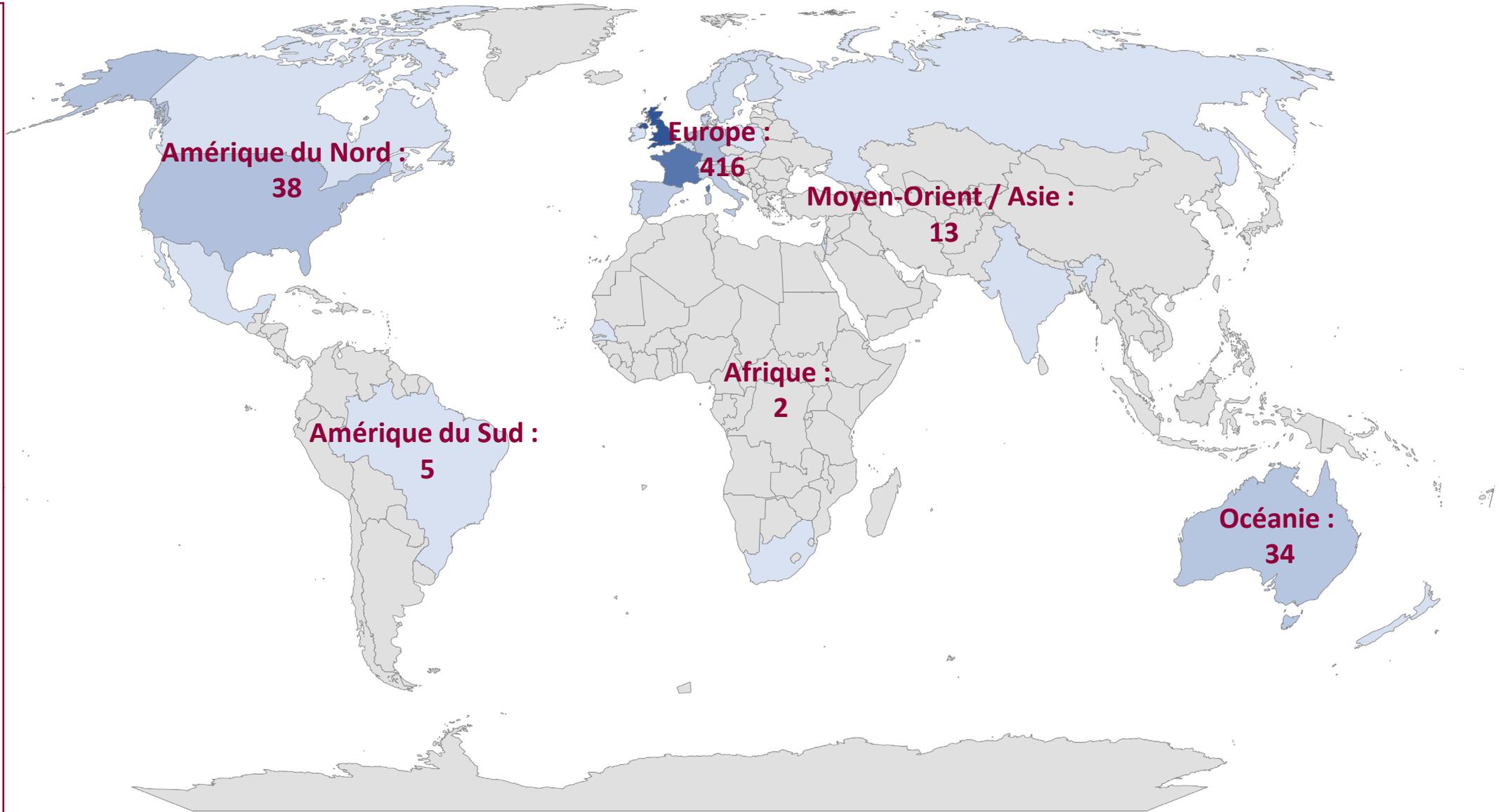
- ✓ Environ 20% de croissance en 2022
- ✓ Une priorité partagée à la fiction haut de gamme
- ✓ Les plateformes de streaming comme débouché croissant (22% pour ITV Studios)
- ✓ Jusqu'à 20%+ du chiffre d'affaires via la distribution (All3Media)

10 octobre 2023



Plus de 500 labels dénombrés sur les cinq continents

 Banijay : 189
 : 55
 : 26
<i>Fremantle</i> : 46
 : 55
Mediawan : 61
 : 46
 : 21
ASACHA : 9



Une saison de recomposition

Plus de
3 Mds€

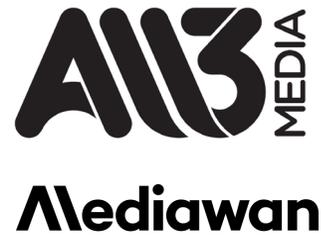


Environ
2,3 Mds€



Fremantle

Environ
1 Md€



Environ
400 M€



Environ
250 M€

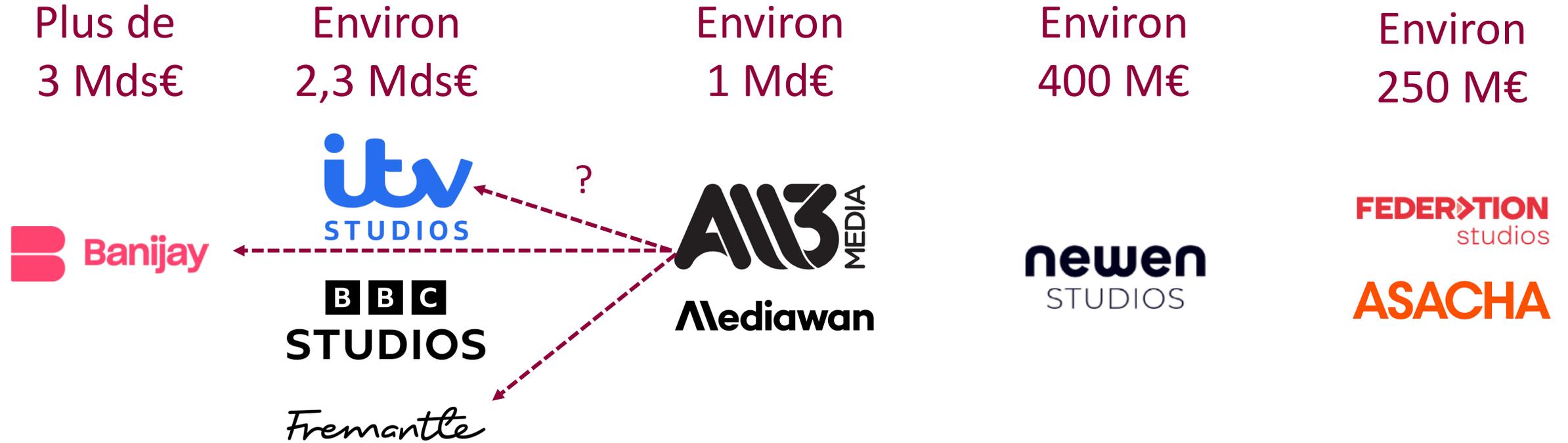


ITV explores options for
production arm as demand for
content booms

10 octobre 2023



Une saison de recomposition



10 octobre 2023



Une saison de recomposition

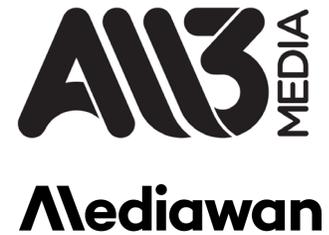
Plus de
3 Mds€



Environ
2,3 Mds€



Environ
1 Md€



Environ
400 M€



Environ
250 M€



10 octobre 2023



Une saison de recomposition



« Les offres sont attendues courant octobre, avec l'objectif de concrétiser l'opération avant la fin de l'année. »

Les Echos

- ✓ Et dès jeudi 12 octobre, la présentation des leaders de la production européenne (résultats financiers, poids de la production et de la distribution, cartographie des labels, stratégie...) dans l'Insight NPA n°2000 !

10 octobre 2023





Apprendre à pêcher plutôt que donner du poisson

10 octobre 2023



Le Baromètre NPA / Harris Interactive au service des EGI

Intérêt et confiance dans les différents médias, mais aussi :

- ✓ Pratiques personnelles en matière de vérification de l'information,
- ✓ Le label comme facteur de confiance,
- ✓ L'éducation aux médias intégrée à l'éducation nationale : connue et jugée positivement ?
- ✓ Des ressources d'éducation aux médias à tous les âges. Souhaitable ?

✓ Résultats attendus avant la mi-novembre

10 octobre 2023





« Une heure pour décrypter les sujets-clés de la saison »

10 octobre 2023

