

CONTENUS NUMÉRIQUES

2008
2020

 FÉDÉRATION
FRANÇAISE
DES TÉLÉCOMS

ÉTUDE NOV. 2014



Le partenariat entre Industries Culturelles et opérateurs télécoms doit être redynamisé afin de faire face aux enjeux posés par la numérisation et le développement des usages. L'accès aux œuvres, l'expérience utilisateur et les leviers de création de valeur seront les piliers du renforcement du modèle français de la création.

La transformation numérique entraîne de profonds bouleversements pour le modèle économique des industries culturelles (déplacement de la valeur, nouveaux comportements de consommation, etc.) tout en stimulant les usages.

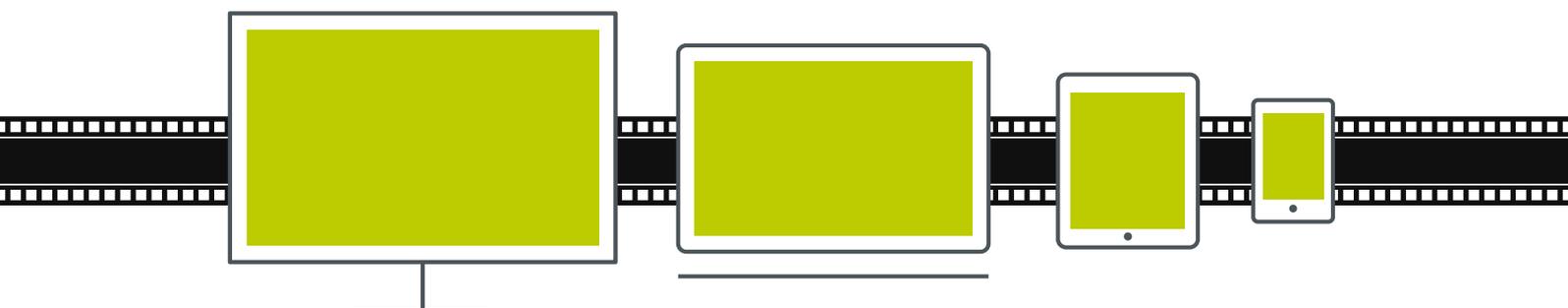
Un cercle vertueux s'est mis en place historiquement grâce aux efforts des acteurs culturels et au rôle clé d'accompagnement joué par les opérateurs-distributeurs, qui se sont pleinement inscrits dans l'écosystème de l'exception culturelle.

Cette dynamique reste fragile, du fait de freins à l'expérimentation, à la liberté éditoriale et commerciale des distributeurs, à des déséquilibres au sein de la chaîne de valeur et un cadre réglementaire rigide.

Les acteurs mondiaux, qui aujourd'hui échappent à ces contraintes, sont les premiers à bénéficier de la révolution numérique, affaiblissant mécaniquement le système français.

Pour regagner et conforter des positions solides dans la chaîne de valeur, les acteurs nationaux de la culture et leurs distributeurs doivent agir solidairement.

Les opérateurs télécoms appellent à refonder ce partenariat historique avec les industries culturelles pour faire prospérer un modèle français renouvelé à l'ère du numérique.



DES INVESTISSEMENTS VECTEURS DE NOUVEAUX RELAIS DE CROISSANCE POUR LES INDUSTRIES CULTURELLES

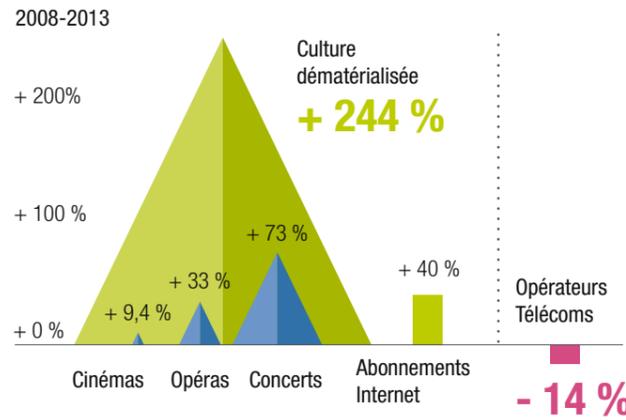
INVESTISSEMENTS

Près de **7 Mds€** par an

75% des téléphones vendus sont subventionnés par les opérateurs télécoms.

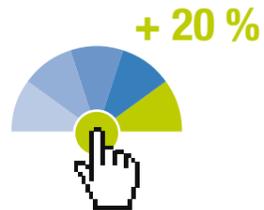


ÉVOLUTION DES CHIFFRES D'AFFAIRES



Réunion des Opéras de France, Ministère de la Culture et de la Communication, CNC, GFK, ARCEP

BUDGETS CULTURE

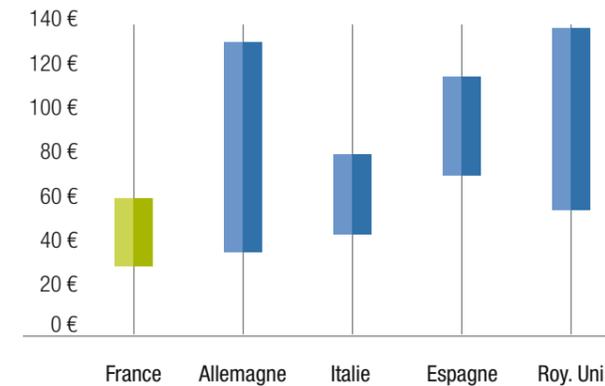


Un consommateur de biens numériques consomme 20 % de plus qu'un consommateur de biens physiques.

GfK, étude Rec+, fév. 2014

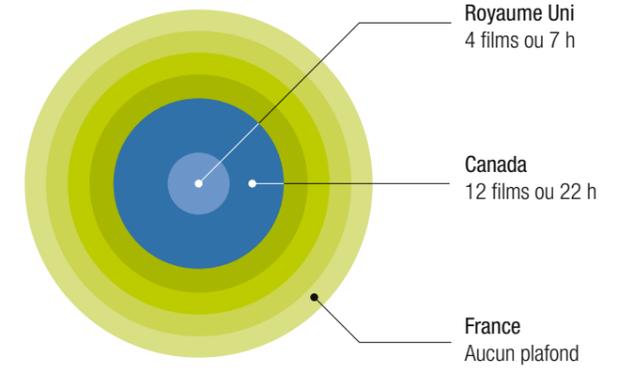
DES TARIFS ET UNE OFFRE QUI FAVORISENT L'ACCÈS À LA CULTURE.

TARIFS DES OPÉRATEURS DANS L'UE



Prix en parité de pouvoir d'achat pour une offre illimitée incluant TVA et location éventuelle de la boucle locale - Source : C.E. sur données Van Dijk à fev.2013

CONSOMMATION MAXIMALE POSSIBLE EN VOD (1)



(1) pour des offres de prix comparables Films de cinéma au format HD - Consommation moyenne par mois maximum - Source : NPA sur données BT, Bell et Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

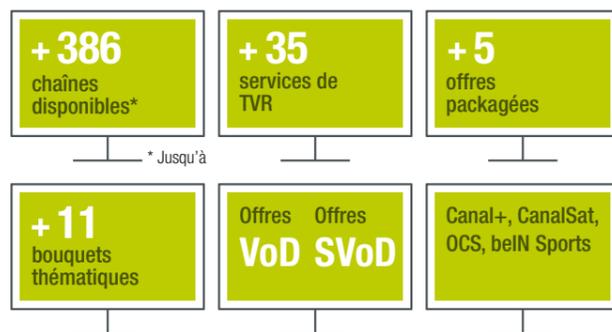
DEPUIS 10 ANS, L'INNOVATION DES OPÉRATEURS ENTRAÎNE DE NOUVEAUX USAGES CULTURELS NUMÉRIQUES.

Fonctionnalités	2004-2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<ul style="list-style-type: none"> Services interactifs, HD, time Shifting Contrôle parental Enregistreur numérique Écosystème mobile i-mode Contrôle du direct Guide des programmes électronique Enregistrement à distance Start-over ; multi-écrans VO / VOST 									
<ul style="list-style-type: none"> Voting Picture in picture AppshopTV** Recherche transverse Widget internet Télécommande clavier Suggestion personnalisée App best of web Lecture enregistrements à distance Recherche vocale 									
<ul style="list-style-type: none"> VoD Télé de rattrapage Musique Jeux vidéo 	<ul style="list-style-type: none"> Lancement de 24/24 Vidéo** et de Club vidéo***. SVoD : séries, jeunesse, musique** 	<ul style="list-style-type: none"> Lancement OCS et bouquet Tv 100% en rattrapage** 	<ul style="list-style-type: none"> VoD en 3D** 			<ul style="list-style-type: none"> Bbox VOD expérience Sensation* 	<ul style="list-style-type: none"> VoD son DTS* 	<ul style="list-style-type: none"> VoD en EST ** 	
		<ul style="list-style-type: none"> France Télévisions en rattrapage en IPTV ** 	<ul style="list-style-type: none"> Lancement de M6 Replay et MyTF1 chez les principaux opérateurs 		<ul style="list-style-type: none"> TVR sur satellite** 	<ul style="list-style-type: none"> Portail unifié pour la TVR* *** 		<ul style="list-style-type: none"> OCS Go** 	
		<ul style="list-style-type: none"> Vente de titres en téléchargement et 2 offres par abonnement de téléchargement** 	<ul style="list-style-type: none"> Lancement de services illimités de musique * *** 		<ul style="list-style-type: none"> Deezer dans les offres mobiles** 	<ul style="list-style-type: none"> «SFR Live Concerts» et Spotify*** 	<ul style="list-style-type: none"> Concert en 3D** 	<ul style="list-style-type: none"> Dispositifs multi-écrans lors de concerts** Deezer sur la TV** 	
					<ul style="list-style-type: none"> Jeux à la demande sur la TV*** 1er jeu transmédia** 			<ul style="list-style-type: none"> GoT social TV ** 	

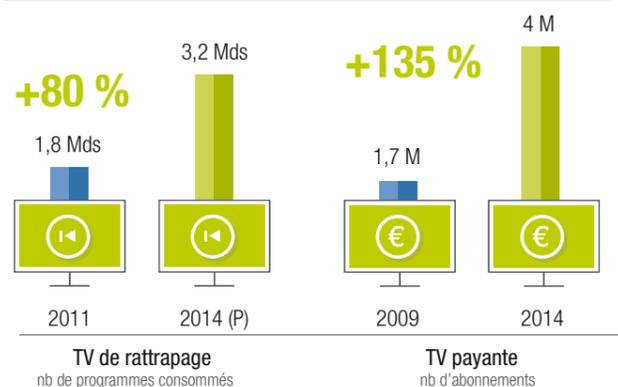
* Bouygues Telecom (arrivée dans le fixe en 2009) - ** Orange - *** SFR

UNE OFFRE RICHE ET ATTRACTIVE PLÉBISCITÉE

DES OFFRES RICHES ET DIVERSES



DES RELAIS DE CROISSANCE POUR L'AUDIOVISUEL



DES FREINS QUI EN LIMITENT L'ATTRACTIVITÉ

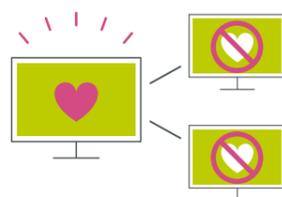
UN EMPILEMENT DE RÉGLEMENTATIONS QUI UNIFORMISE LES OFFRES

Contrainte de la numérotation des chaînes.



Dans un univers multi-écrans, l'ordonnement des chaînes a désormais une moindre importance.

Impossibilité de jouer sur les recommandations transverses.



La personnalisation des offres VOD est à son tour menacée par un encadrement des moteurs de recommandation.

UNE OFFRE VOD CONTRAINTÉ ET PEU LISIBLE

LA PRATIQUE DU GEL DES DROITS DÉVALORISE LA VOD : CERTAINS FILMS PEUVENT DISPARAÎTRE DES ÉCRANS PENDANT 70 MOIS

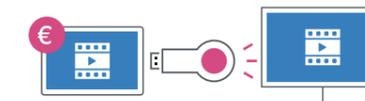
	+ 4 mois	+ 10 ou 12 mois	+ 22 ou 24 mois	+ 30 mois	+ 36 mois
Cinéma	Fenêtre VoD	1ère fenêtre TV payante	2ème fenêtre TV payante et TV gratuite	Fenêtre TV gratuite	Fenêtre SVoD
		Gel des droits par certaines chaînes	Gel des droits par certaines chaînes	Gel des droits par certaines chaînes	

DES SERVICES MULTI-ÉCRANS DÉSAVANTAGÉS

LE LANCEMENT DE NOUVEAUX SERVICES MULTI-ÉCRANS PASSE PAR LA DISPONIBILITÉ DES DROITS DE DIFFUSION

Les opérateurs sont tenus de négocier des droits pour chacun des écrans.

Alors que les OTT ne négocient que pour un écran, des clés USB permettant de diffuser les contenus de son Smartphone, sa tablette ou son PC directement sur sa TV.



L'ENREGISTREMENT VIA INTERNET SUR PAUSE

DÉVELOPPEMENT DU NPVR EN EUROPE

Alors que la France est le 2e marché mondial pour l'IPTV, il est regrettable que le développement commercial du nPVR (enregistreur personnel numérique sur internet), attendu par le public, ne puisse être proposé en France.

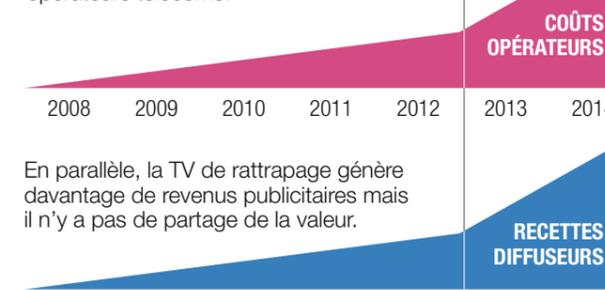


- Service de nPVR commercialisé ou en cours de développement
- Service de nPVR non commercialisé

LE MODÈLE DE LA TV DE RATTRAPAGE INTENABLE

SON SUCCÈS BOUSCULE LE MODÈLE ÉCONOMIQUE

Les coûts, de plus en plus importants, sont principalement supportés par les opérateurs télécoms.



DES INÉGALITÉS RÉGLEMENTAIRES ET FISCALES FORTES

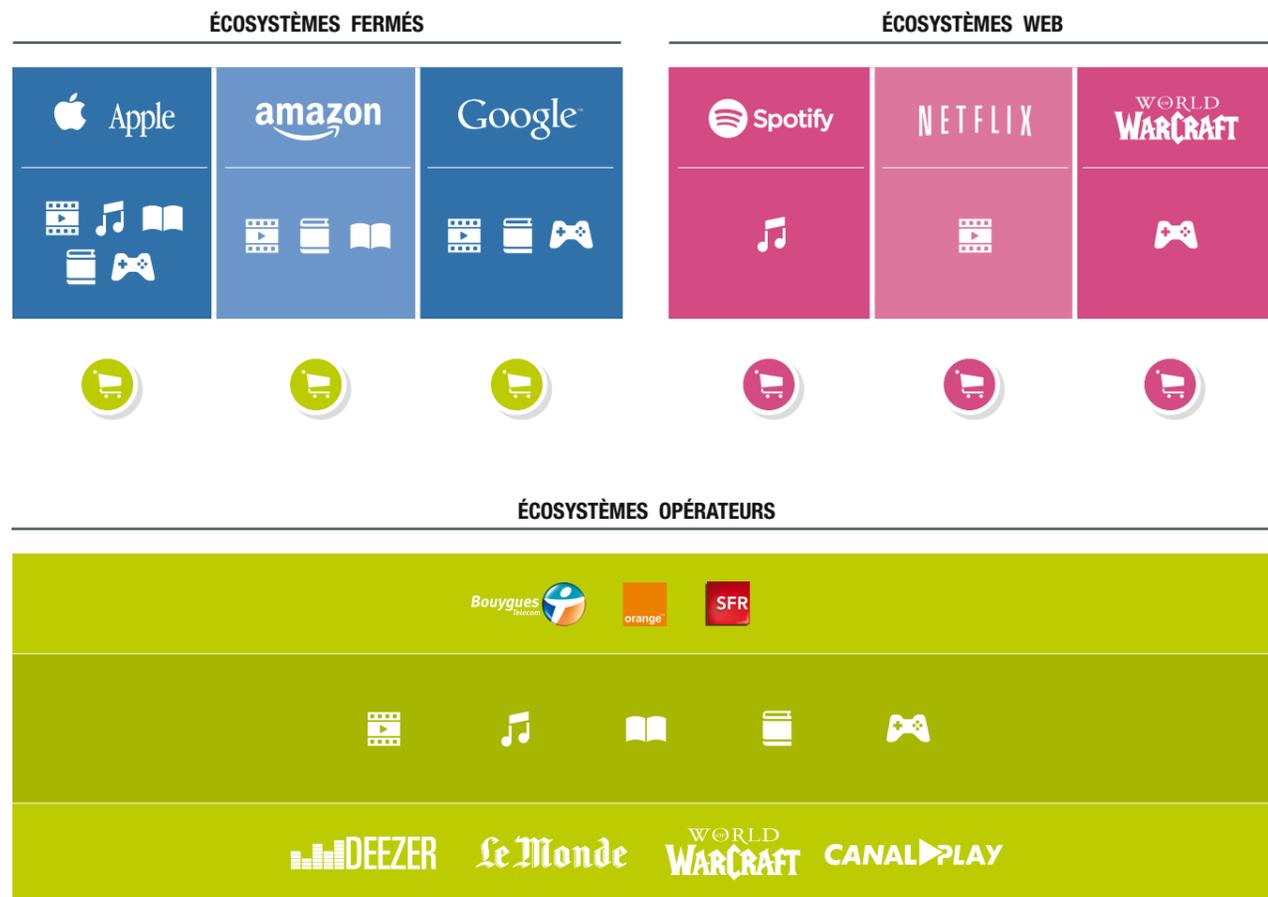
	DISTRIBUTEURS	ÉDITEURS DE SMAD	OTT
OBLIGATIONS	<ul style="list-style-type: none"> Organisation du plan de services Numérotation Must carry des chaînes publiques Protection du jeune public Accessibilité des programmes Règlement des différends 	<ul style="list-style-type: none"> Contribution à la production Exposition des œuvres Encadrement de la publicité Protection de l'enfance Règlement des différends 	
IMPÔTS & TAXES	<ul style="list-style-type: none"> Taxe pour l'audiovisuel + TST-D + copie privée TVA numérique Impôt sur les sociétés 	<ul style="list-style-type: none"> Taxe VOD TVA numérique Impôt sur les sociétés 	<ul style="list-style-type: none"> TVA numérique Impôt sur les sociétés

Répondre aux attentes du public en s'appuyant sur les capacités des opérateurs (présence multi-écrans, interopérabilité, sécurité, maîtrise des réseaux, paiement sur facture) pour créer de la valeur pour tous.

ENRICHIR LES CONTENUS ET OFFRIR UNE MEILLEURE EXPÉRIENCE UTILISATEUR

Les offres des écosystèmes fermés sont cloisonnées et rendent les éditeurs dépendants.

Les offres des éditeurs web sont fragmentées pour les consommateurs.



- Lisibilité de l'offre
- Accès simplifié
- Diversité et richesse
- Sécurité
- Confiance
- Recommandation
- Editorialisation des offres

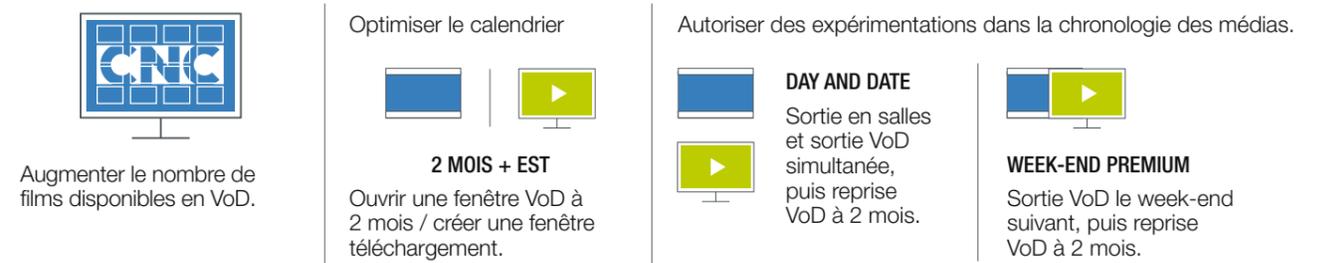
REPENSER LE MODÈLE DE LA TV DE RATTRAPAGE

STANDARDISER ET PARTAGER LES MÉTADONNÉES PROGRAMMES POUR UNE NOUVELLE CRÉATION DE VALEUR



DÉVELOPPER L'OFFRE DE VOD

AMÉLIORER ET ACCÉLÉRER LA DISPONIBILITÉ DES ŒUVRES EN VOD POUR FAVORISER UNE OFFRE ATTRACTIVE



VALORISER L'INTEROPÉRABILITÉ

DYNAMISER L'INTERACTIVITÉ AVEC UN STANDARD COMMUN



FACILITER ET SÉCURISER L'ACHAT VIA LA FACTURE OPÉRATEUR



RÉINVENTER LA PUBLICITÉ

VALORISER LES DONNÉES CROSS-MEDIA DES OPÉRATEURS

Les opérateurs télécoms sont les seuls acteurs de la chaîne de valeur à être présents sur tous les terminaux, à la maison comme en mobilité, offrant en sus qualité, sécurité et fiabilité des données.



LANCER DES CAMPAGNES MULTI-ÉCRANS

La synchronisation via les Box et l'interopérabilité des plates-formes permet de lancer des campagnes multi-écrans et d'offrir un partage de valeur entre opérateurs et régies publicitaires.

SYNTHÈSE

RENOUER AVEC UNE DYNAMIQUE VERTUEUSE EN REFONDANT LE PARTENARIAT OPÉRATEURS TÉLÉCOMS / INDUSTRIES CULTURELLES.

Accès aux œuvres

UN RISQUE D'UNIFORMISATION DE L'OFFRE

- Les obligations relatives à la numérotation constituent un frein au développement de la TV payante.
- L'essor de la VOD payante est limité par de multiples facteurs (cadre réglementaire, disponibilité des œuvres, concurrence du gratuit).



RENDRE L'OFFRE PLUS ACCESSIBLE ET ATTRACTIVE

- Alléger les contraintes qui pèsent sur les seuls acteurs français (liberté éditoriale et commerciale).
- Améliorer la disponibilité des œuvres et chaînes sur tous les écrans.
- Rééquilibrer le cadre fiscal et réglementaire.

Expérience utilisateur

UN ÉCOSYSTÈME ENCORE TROP COMPLEXE ET PARFOIS DÉCEVANT

- La complexité des offres et des expériences est un frein à la consommation.
- L'offre légale n'est pas assez interactive et personnalisable.



VALORISER L'INTEROPÉRABILITÉ ET RENFORCER L'INNOVATION

- Inventer de nouveaux services créateurs de valeur en capitalisant sur le savoir-faire des opérateurs dans les infrastructures et les services (achat définitif en téléchargement, multi-écrans...).
- Développer l'interactivité (Services de Télévision Interactifs Enrichis en IPTV).

Création de valeur

DES ÉQUILIBRES ÉCONOMIQUES MENACÉS

- Le modèle historique est remis en question par les nouveaux acteurs OTT.
- L'équilibre économique de certains services n'est plus adapté à l'évolution des usages et des offres.



RENFORCER LES PARTENARIATS CRÉATEURS-ÉDITEURS-DISTRIBUTEURS

- Inventer, avec les éditeurs et créateurs, de nouvelles sources de valeur en tirant parti des capacités des opérateurs (connaissance client, mesure des audiences, facturation unifiée...).
- Rééquilibrer les modèles économiques fragilisés (TV de rattrapage).
- Innover et expérimenter conjointement (nPVR, VOD, achat numérique).