

# L'écosystème audiovisuel français peut-il se passer des distributeurs de services ?

Synthèse de l'étude

KEARNEY



**Le modèle économique des opérateurs-distributeurs participe activement au développement des éditeurs français et au soutien de la création audiovisuelle française.**



# Les distributeurs jouent un rôle central dans l'écosystème audiovisuel, en mettant en relation éditeurs et clients finals.

## De l'idée...

Le créateur



Il a **l'idée** d'un programme / émission / etc.

J.K. Rowling



Le producteur



Il fournit les **moyens** (financiers, matériels) permettant la **réalisation** du programme.

Banjay Disney



L'éditeur



Il **intègre** le programme au sein d'un **service audiovisuel** (linéaire, streaming).

TF1 NETFLIX



Le distributeur



Le distributeur remplit **3 missions** :

- Il **réfère** et **agrège** une offre large de contenus
- Il **assure l'acheminement des services** et prend en charge les transactions et reversements
- Il **facilite la recherche et la consommation** de contenus via **l'éditorialisation**, la **recommandation** et d'autres services

L'**opérateur-distributeur** a un rôle spécifique puisqu'il est à la fois **responsable du réseau** permettant le visionnage de tout contenu et de **l'acheminement de services audiovisuels**.

Cf. page suivante



...au client

Le terminal de visionnage



Il **visionne le programme** sur sa télévision, son ordinateur, sa tablette ou son mobile.

Apple SAMSUNG



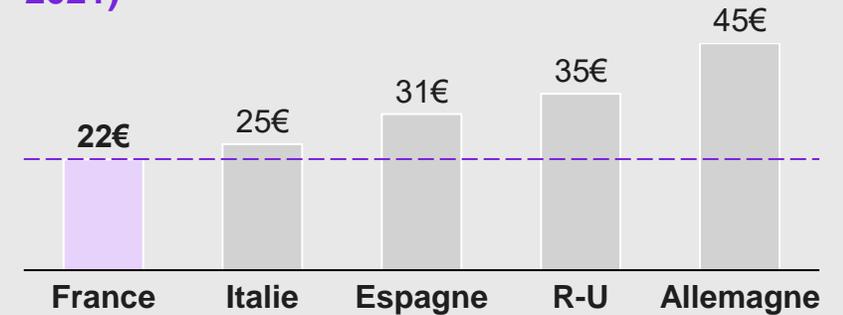
Le modèle économique des opérateurs distributeurs français, via la forte domination des offres 3/4P, a permis une diffusion massive des usages audiovisuels au bénéfice des éditeurs et des clients finaux.

### Pénétration du 3/4P dans les accès Internet



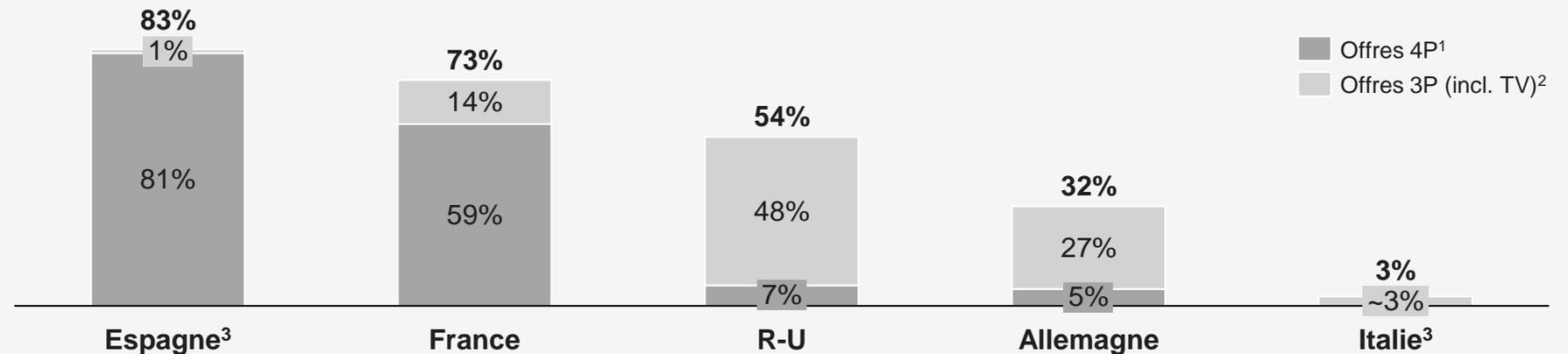
Les foyers français sont massivement abonnés au 3/4P, alors qu'en Italie, les foyers utilisent principalement le 1/2P.

### Prix des offres<sup>3</sup> 3P les plus compétitives d'opérateurs leaders par pays (€/mois, Oct. 2021)



Les offres proposées par les opérateurs français sont parmi les moins chères en Europe.

### Répartition des souscriptions à une offre multiplay par pays (% , 2020)



Notes: 1. Offre 4P: offre 3P (internet, fixe, TV) + mobile 2. Offre 3P: internet, fixe, TV et offres 2P incluant la TV (internet+TV). 3. Données issues de consultation d'experts. 3 Prix hors promotion, hors frais de connexion en sélectionnant par pays le forfait le plus compétitif au sein des opérateurs avec plus de 10% de part de marché  
Source: Omdia, FFTelecoms, Kearney experts

Ce modèle offrant un rôle central à l'opérateur-distributeur, s'est révélé être un choix gagnant pour les éditeurs nationaux grâce au développement de nouvelles fonctionnalités.

Illustratif



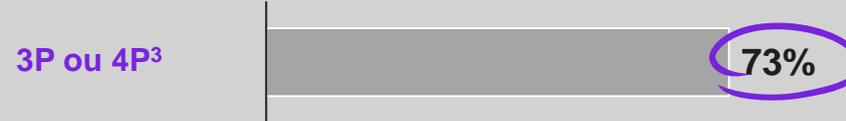
éditeurs nationaux  
et distributeurs  
français

## Historique du déploiement de fonctionnalités liées au linéaire grâce aux partenariats entre opérateurs-distributeurs et éditeurs nationaux



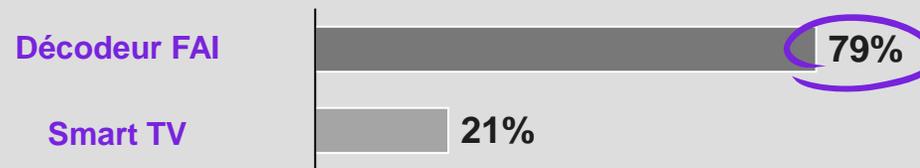
Les éditeurs français bénéficient largement du mode de distribution des opérateurs, aussi bien pour leurs contenus diffusés en linéaire qu'en non-linéaire.

### Pénétration du 3/4P dans les accès Internet en France:



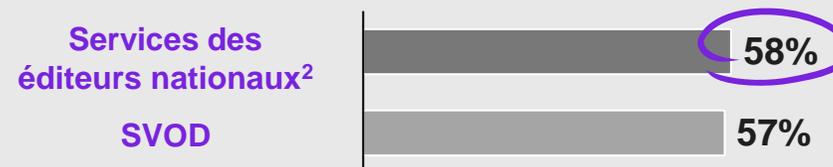
Les foyers français sont **massivement abonnés aux offres de type 3/4P.**

### Part des téléviseurs connectés à Internet via:



Une **part majoritaire des téléviseurs des foyers français** sont connectés à Internet **via les Set-Top-Box des opérateurs**, par rapport à la connexion uniquement via le téléviseur en direct (Smart TV).

### Pénétration des services audiovisuels non linéaires:



En France, contrairement à d'autres pays européens, la **pénétration des services non linéaires des éditeurs nationaux** (e.g. Replay) est **équivalente à celles des services de SVOD.**

1. Données issues d'un sondage réalisé par FreeWheel en partenariat avec Happydemics. Panel de 4452 personnes européennes.

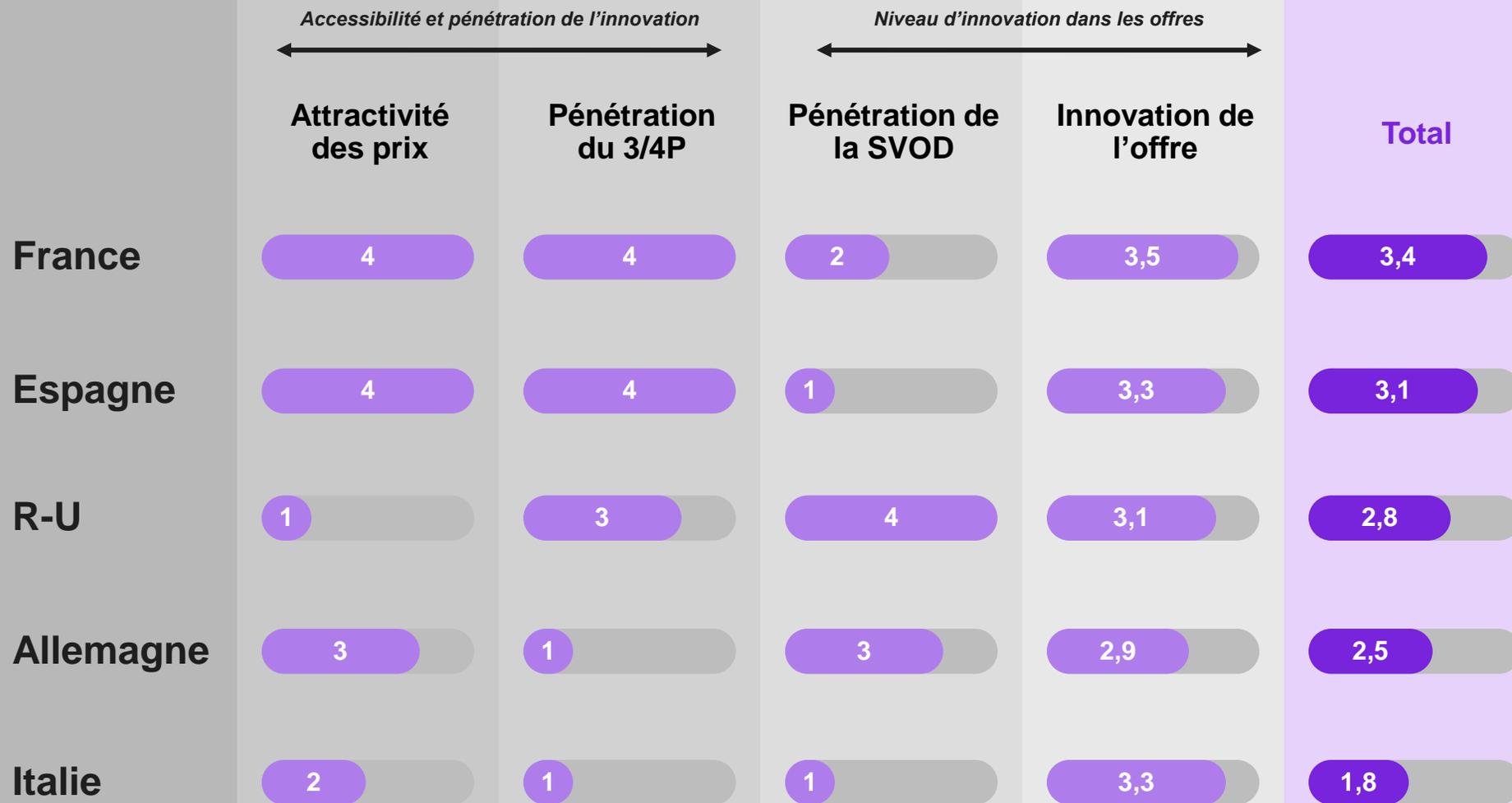
2. Service de vidéo à la demande directement mis à disposition par les éditeurs nationaux, notamment Replay. 3. Offres incluant des services de TV en opposition avec les offres 1P ou 2P.  
Source: Kearney, Freewheel (enquête *Viewers insights CTV-AVOD*), Omdia, Kearney experts

Les clients finals en ont également bénéficié avec un niveau d'accès et d'innovation aux offres audiovisuelles parmi les meilleurs en Europe.

Non-exhaustif



## Evaluation de l'innovation des services audiovisuel vu du client, par pays<sup>1</sup>



Notes: 1. L'ensemble des scores indiqués sont sur un base de 4 (par exemple : 2/4 est le score de l'Italie pour le critère Prix)  
Source: Kearney, Desk research

**Les investissements initiés par les opérateurs ont permis l'arrivée de nouveaux usages et de nouveaux acteurs qui ne sont pas soumis aux mêmes contraintes réglementaires et fiscales.**



**Le rôle central joué par l'opérateur-distributeur s'est concrétisé au travers d'importants investissements pour la démocratisation de l'internet THD.**

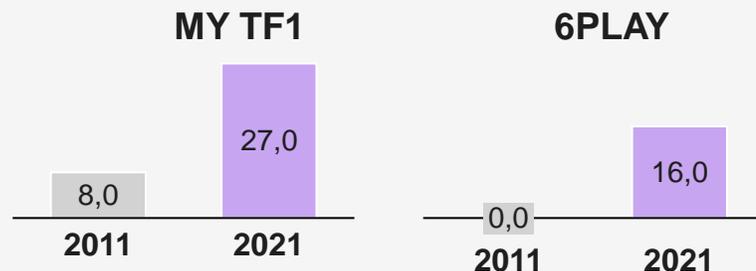
			2011	→	2021
<b>Connectivité</b>	4G	<i>cartes SIM</i>	0		66 Mn
	Fibre (FttH)	<i>Clients</i>	0		14,4 Mn
<b>Réception TV</b>	ADSL ou Fibre	<i>% Foyers</i>	28%		60%
	TNT	<i>% Foyers</i>	58%		37%
↓ ↑					
<b>Investissements des opérateurs</b>	Réseau fixe	<i>Md€</i>	5,0 Md€		8,3 Md€ (2020)
	Réseau mobile	<i>Md€</i>	2,3 Md€		3,2 Md€ (2020)

# Le développement de l'internet THD a permis l'arrivée de nouveaux usages.

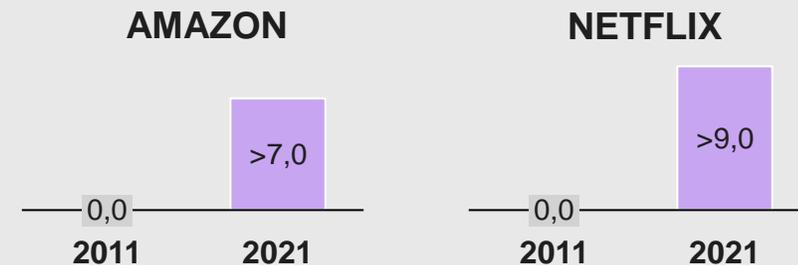
			2011	→	2021
<b>Usages audiovisuels</b>	DEI* TV live	<i>min</i>	3h47min		3h33min
	DEI* TV Replay	<i>min</i>	3min		15min
	DEI* SVOD	<i>min</i>	n.a.		26min
	DEI* Vidéo en ligne	<i>min</i>	n.a.		46min

## Le développement des usages s'est traduit par une croissance rapide de nouveaux services de Replay et SVOD

**Nombre d'utilisateurs mensuels Replay**  
2011-2020 / 21, en millions, base déclarative



**Nombre d'abonnés SVOD**  
2011-2021, en millions, base déclarative

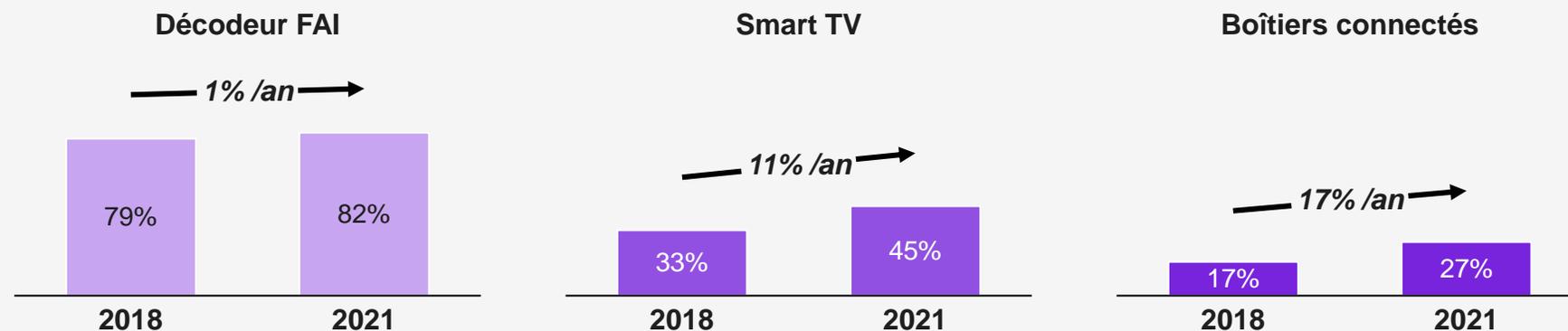


DEI: Durée d'Ecoute Individuelle journalière  
Source: CREDOC, ARCEP, Médiamétrie, Les Echos, Europe 1, FFTelecoms, communiqués de presse des groupes TF1 et M6

Ces choix ont conduit à l'adoption massive du modèle FAI via le décodeur TV (ou set top box), qui reste toujours le mode de connexion privilégié du téléviseur.

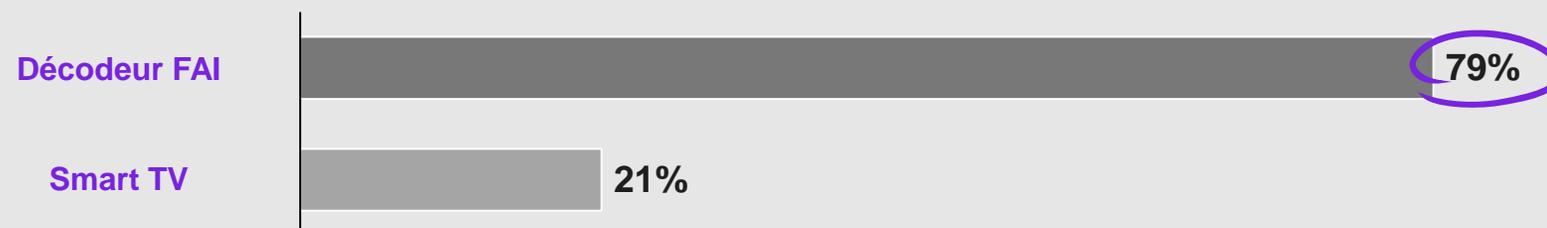
La part des foyers équipés d'une Smart TV et/ou d'un boîtier connecté est en forte progression, traduisant l'émergence de la double connectivité des téléviseurs

Moyens de connexion des téléviseurs connectés<sup>1</sup>  
(2018-2021, % des foyers français équipés d'un téléviseur connecté)



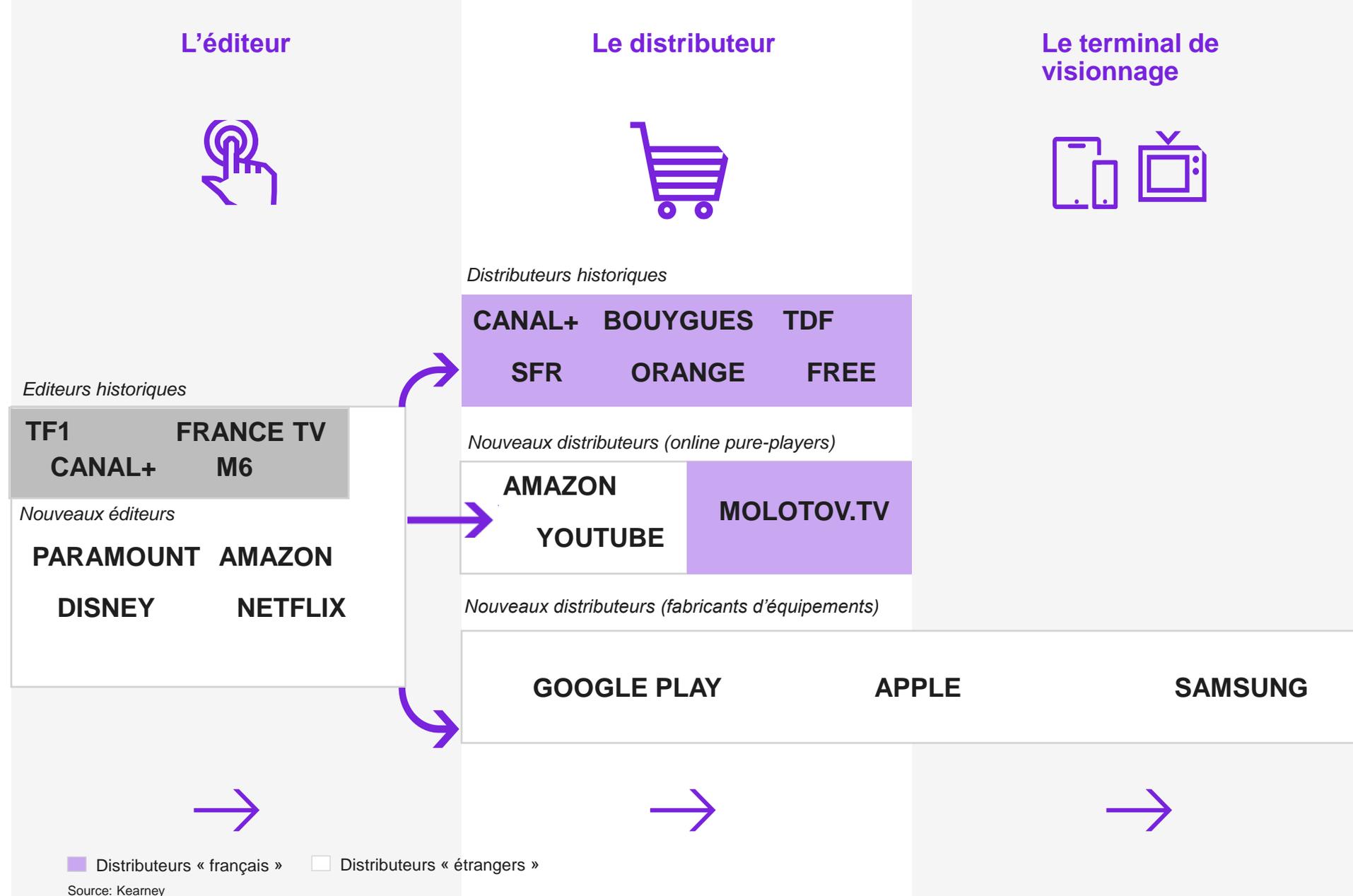
Le décodeur FAI reste malgré tout le mode de connexion le plus répandu

Moyen de connexion principal des téléviseurs connectés  
(2021, % des foyers français équipés d'un téléviseur connecté)



Note : 1. En 2021, 81% des foyers équipés d'un téléviseur et disposant d'un accès à internet disposaient d'un téléviseur connecté.  
Sources: Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine (ARCOM), Baromètre OTT NPA

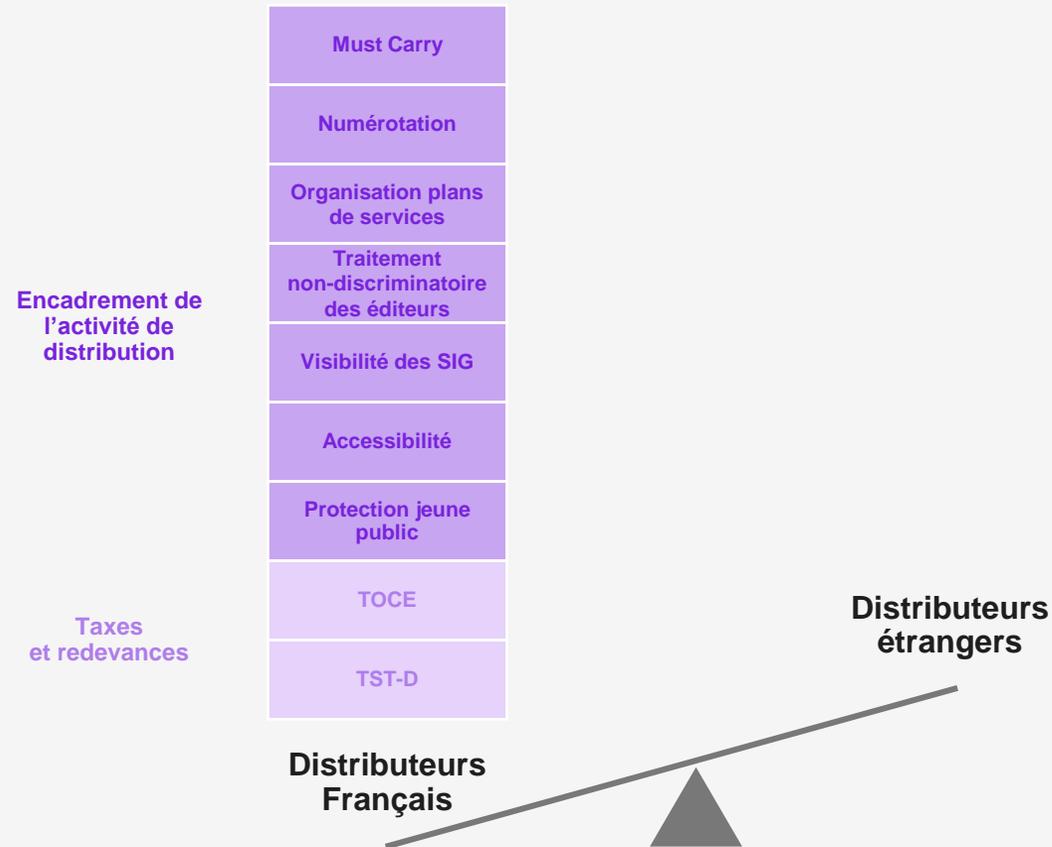
**Autrefois concentrée, la distribution devient très concurrentielle et voit s'affronter des acteurs français et étrangers aux modèles économiques très variés.**



Ces nouveaux acteurs se positionnant comme intermédiaires ne sont pas soumis au même cadre réglementaire et fiscal, en vertu, notamment, du principe du « pays d'origine ».

## Déséquilibre réglementaire entre les distributeurs français et étrangers :

Encadrement et taxes applicables aux distributeurs selon leur origine



L'encadrement et la fiscalité appliqués à l'activité des distributeurs par le droit français, **ne s'appliquent qu'aux distributeurs établis en France.**

Notamment, les éditeurs français pâtiraient d'une moindre mise en avant, qui serait préjudiciable à leur modèle publicitaire.

## Interfaces client des opérateurs telecom français



- Les chaînes sont le premier service accessible par défaut depuis la page d'accueil



- Les chaînes sont accessibles via la télécommande

## Interfaces client des fabricants de terminaux étrangers



- Les éditeurs français ne sont pas mis en avant
- Ils font partie des services proposés au même niveau que les services de SVOD étrangers



- Les chaînes ne sont plus mises en avant sur la télécommande
- A contrario, les services de SVOD étrangers y ont une place privilégiée

**La protection des relations privilégiées entretenues entre opérateur-distributeurs et les éditeurs français est nécessaire malgré l'émergence de ces nouveaux acteurs.**



L'affaiblissement du modèle des FAI aurait un impact sur le revenu des éditeurs, sur la création audiovisuelle française, sur les réseaux et sur le client final.

## Impacts sur la création audiovisuelle



### Rapport de force défavorable à la création française



**-120 et -150 M€**  
pour les éditeurs nationaux et la création française



## Impacts sur le client final

### Hausse du coût d'accès à internet pour les clients finals



**+4€ par mois<sup>1</sup>** de hausse tarifaire par foyer



**...et encore plus à terme,**  
compte-tenu de la croissance de 24% par an de la consommation de données liée aux vidéos OTT<sup>2</sup>

Notes: 1. En prenant en compte une offre 2P équivalente à une offre de marque opérateur, et non une offre *low cost* 2. Croissance projetée pour la période 2022-2026, dans le cas du scénario de base i.e. scénario 1, sans prise en compte d'un basculement vers les nouveaux modes de connexion  
Source: Kearney

## La disparition des distributeurs français ne serait pas favorable aux éditeurs nationaux.

### Relation équilibrée entre éditeurs et distributeurs français

- Choix industriel du 3/4P permettant la diffusion des innovations proposées par les éditeurs français
- Cadre réglementaire favorisant la mise en avant des éditeurs français
- Relations commerciales équilibrées avec une importance réciproque des deux catégories d'acteurs dans leur business model

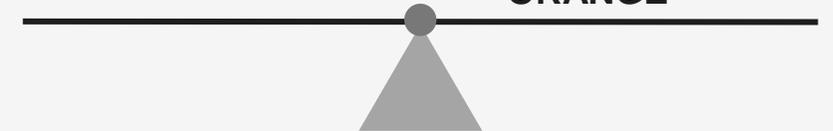


Editeurs français

TF1 M6  
FRANCE TV

Distributeurs français

SFR FREE  
BOUYGUES CANAL+  
ORANGE



### Relation défavorable aux éditeurs français

- Pouvoir de négociation des distributeurs étrangers très supérieur aux éditeurs français
- Poids limité du marché français et de l'activité de distribution audiovisuelle dans le CA total des distributeurs étrangers
- Modèles économiques des distributeurs étrangers non dépendants du succès des éditeurs (vente d'équipement, publicité, e-commerce)

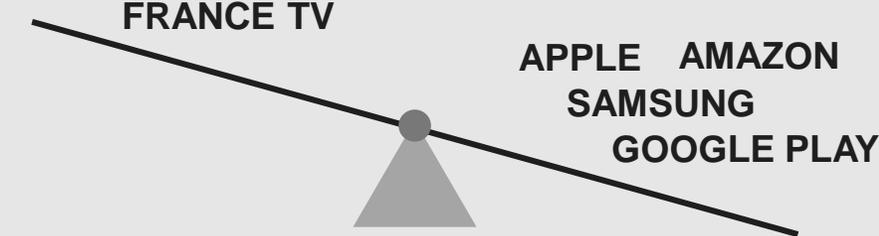


Editeurs français

TF1 M6  
FRANCE TV

Nouveaux distributeurs étrangers

APPLE AMAZON  
SAMSUNG  
GOOGLE PLAY



# Recommandations du secteur – Les obligations liées à la distribution devraient s’appliquer également aux acteurs OTT étrangers.

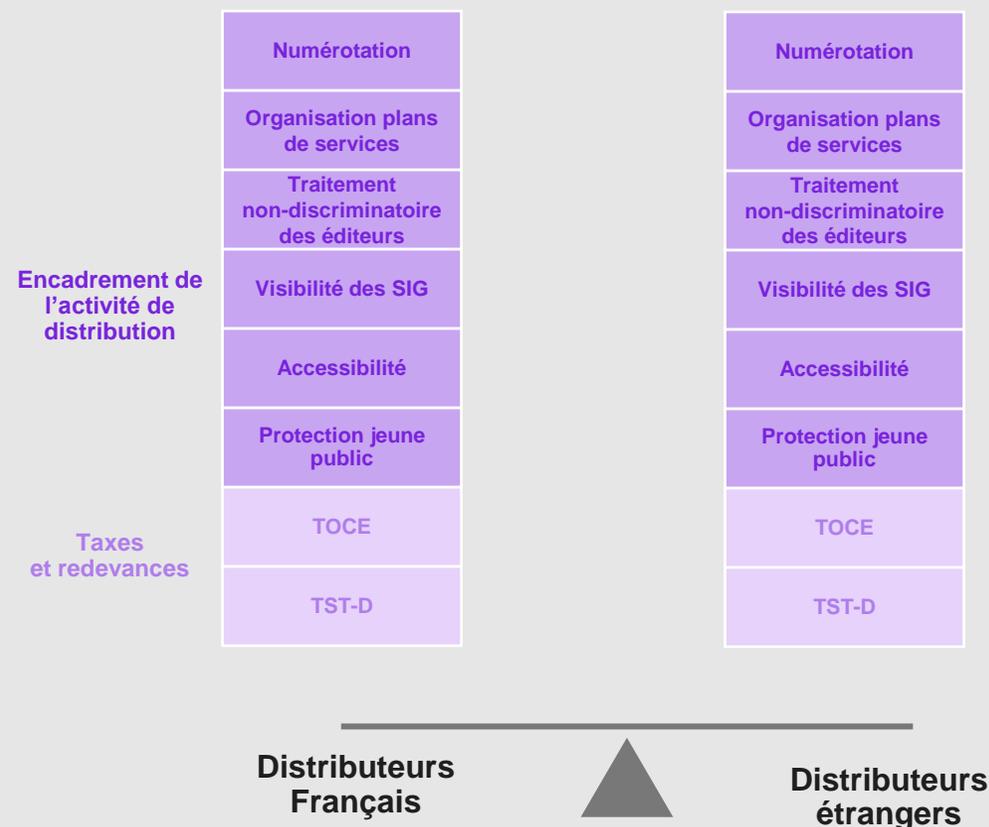
## Procéder à un rééquilibrage réglementaire

L’activité de distribution de contenus audiovisuels n’est **pas définie par le droit européen**. Elle est réglementée dans le **droit français** par des **obligations fonctionnelles et fiscales**, telles que la TST-D ou la mise en avant des éditeurs nationaux.

Cependant, les **acteurs OTT échappent** généralement à **ces obligations** en tant qu’**acteurs étrangers** ou en ne se présentant pas comme des distributeurs de contenus.

Cette **asymétrie réglementaire** existait aussi dans le **monde de l’édition** mais a été adressée par la **directive SMA**. En particulier, cette **directive** prévoit la possibilité d’une **obligation de visibilité des SIG** dans les **interfaces utilisateurs** des distributeurs.

Un **rééquilibrage réglementaire** similaire pourrait être **mis en œuvre dans le monde de la distribution** pour que **tous les types de distributeurs soient soumis aux mêmes obligations** et notamment que **tous les distributeurs** soient soumis à l’**obligation de mise en avant des SIG** ou à la TST-D.



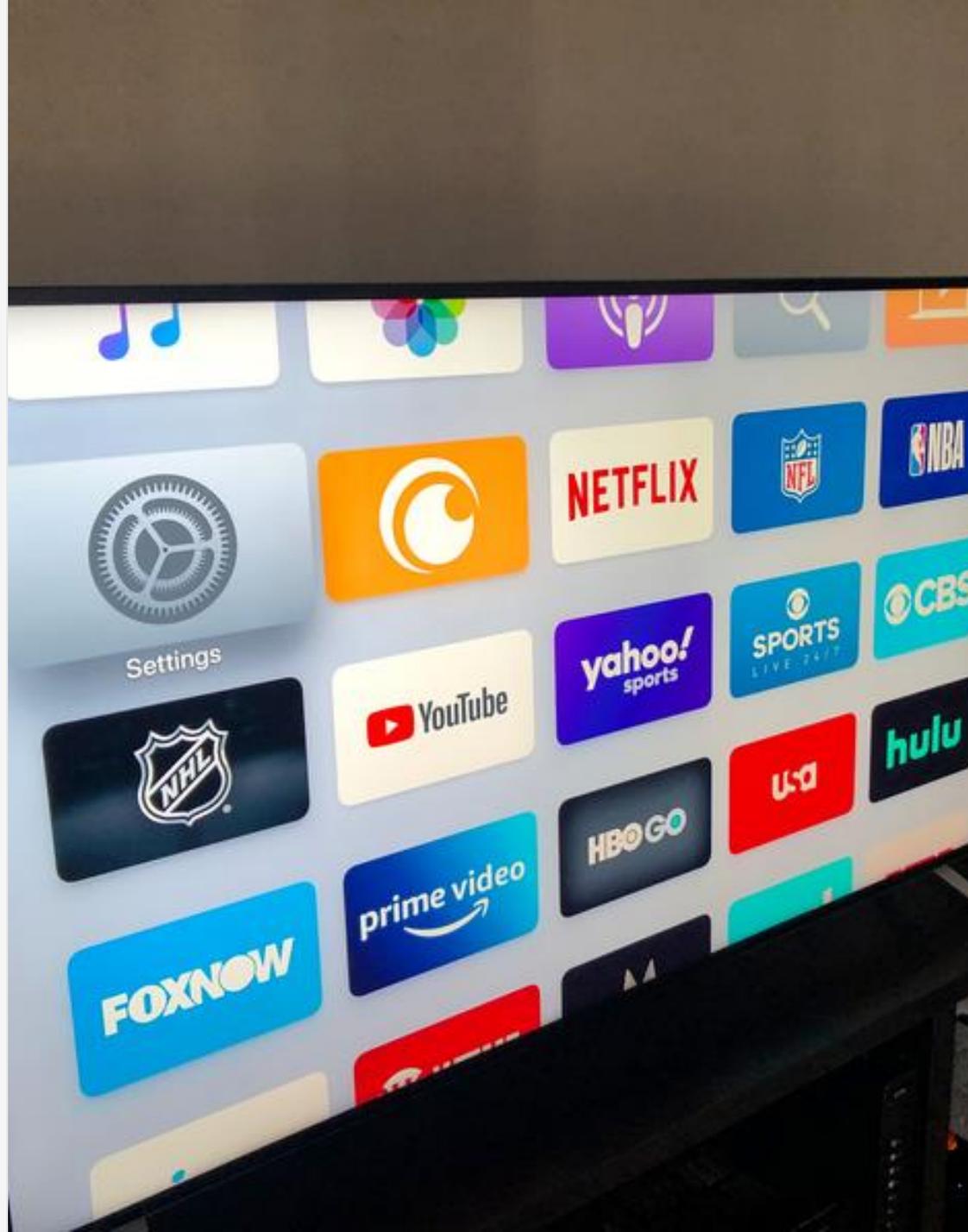
## Recommandations du secteur – La distribution de services linéaires devrait bénéficier d’incitations pour compenser les obligations qui pèsent sur elle.

### Inciter à la distribution de programmes linéaires des éditeurs nationaux

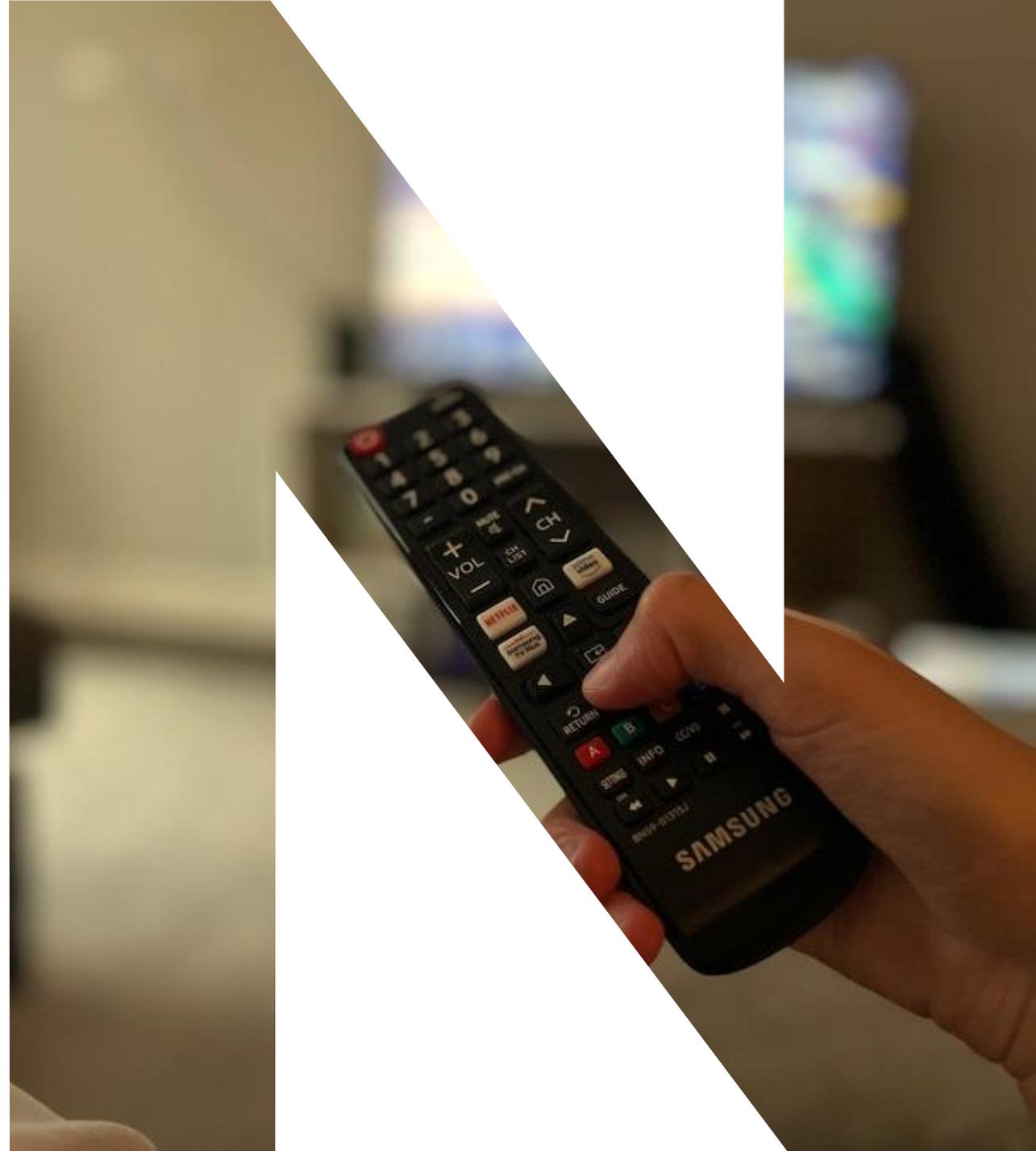
La **place croissante du streaming** dans les usages des Français pose la **question du maintien de l’activité de distribution de chaînes en linéaire** pour les distributeurs. De plus, la **distribution de chaînes linéaires est fortement contrainte**, notamment par des obligations de mise en avant ou de numérotation, ce qui pourrait **inciter les distributeurs français à privilégier la distribution des services de streaming moins contraints**.

Une **bascule trop rapide des usages vers le streaming** mettrait les **éditeurs nationaux en danger**, car ils n’auront pas le temps de s’y préparer.

A ce titre, les **distributeurs** devraient être **incités à continuer de distribuer les chaînes linéaires** via des **allègements de taxes ou d’obligations fonctionnelles** (e.g. liées au plan de service).



# Résumé exécutif



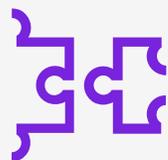
## Résumé exécutif



### Le distributeur de contenus audiovisuels est le lien entre l'éditeur de contenus et le client final.

La distribution, 3<sup>ème</sup> maillon de la chaîne de valeur, correspond au **référencement** et à la **commercialisation** de **services audiovisuels**. Elle a un rôle central dans **l'écosystème de la création audiovisuelle** en permettant la **mise en avant des éditeurs nationaux**, la **valorisation des œuvres françaises** et en **participant au financement de la culture**.

Elle regroupe **différents types d'acteurs** selon le niveau d'intégration des activités. En particulier d'un côté, les **distributeurs français** (e.g. FAI, Canal+) commercialisent des **services de TV payante** incluant du linéaire et passant généralement par une **set-top box**. De l'autre, de **nouveaux distributeurs**, souvent **étrangers** (e.g. fabricants d'équipements telles que les TV connectées), donnent principalement accès à des **magasins d'applications** dont les plateformes de contenus.



### Le modèle des distributeurs français est prépondérant en France et a prouvé son efficacité en termes de coûts, de qualité et d'innovation vis-à-vis des éditeurs et du client final.

Le **modèle des distributeurs français reste prépondérant en France** (73% des offres multiplay incluent la TV). Le **choix industriel du 3P** des opérateurs français a permis de **favoriser l'innovation des éditeurs nationaux** faisant d'eux des acteurs parmi les plus innovants et digitalisés en Europe. Les **distributeurs français** sont des **partenaires clés des éditeurs** dans le déploiement de **nouvelles fonctionnalités** (Replay, contrôle du direct, TV segmentée, etc.) et leur **transformation vers le streaming**.

Les distributeurs français permettent **l'accès de tous au plus haut niveau d'innovation** par rapport aux autres pays européens. Ce modèle a également permis une **diffusion rapide des services de SVOD**.



### Ce modèle est à risque face à l'évolution des usages et la pénétration croissante des acteurs étrangers bénéficiant d'une asymétrie réglementaire, ceux-ci ne relevant pas du champ de la distribution française.

Le développement de la télévision et des boîtiers connectés a favorisé **l'arrivée d'une multitude d'acteurs étrangers** ayant un rôle de **désintermédiation de la distribution française**.

Le **cadre réglementaire historique**, auquel échappent en grande partie les acteurs étrangers, **pénalise les distributeurs français** et réduit leur capacité à être compétitifs alors même qu'il leur est essentiel de se transformer et se digitaliser, **les mettant ainsi à risque**.

Tout affaiblissement des distributeurs français pourrait être **néfaste pour les éditeurs français** qui devront faire face à un **rapport de force déséquilibré**.



### Un basculement de la distribution vers des acteurs étrangers se ferait au détriment des distributeurs français et aurait un impact sur la création audiovisuelle et le client final.

Ces nouveaux acteurs étrangers imposeraient un **rapport de force déséquilibré** aux distributeurs et éditeurs français. Un basculement de la distribution en leur faveur aurait pour effet d'affaiblir **la création audiovisuelle française** à la fois via une **réduction de son financement** issu des taxes et également via une **mise en avant dégradée** par ces nouveaux acteurs, ceux-ci n'étant pas partenaires de l'écosystème audiovisuel français. De plus, un tel basculement **dégraderait le panier moyen du client final** en obligeant les opérateurs à **augmenter les prix des offres 2P** pour **maintenir leur capacité à financer les réseaux** alors même que le **besoin d'investissement augmente**.

## Résumé exécutif – Recommandations du secteur

# 1

Les obligations liées à la distribution devraient s'appliquer également aux acteurs OTT étrangers.

L'**activité de distribution de contenus** audiovisuels n'est pas définie par le droit européen. Elle est réglementée dans le **droit français** par des **obligations fonctionnelles et fiscales**, telles que la TST-D ou la mise en avant des éditeurs nationaux. Cependant, les **acteurs OTT échappent** généralement à **ces obligations** en tant qu'**acteurs étrangers** ou en ne se présentant pas comme des distributeurs de contenus.

Cette **asymétrie réglementaire** existait aussi dans le **monde de l'édition** mais a été adressée par la **directive SMA**. En particulier, cette **directive** prévoit la possibilité d'une **obligation de visibilité des SIG** dans les **interfaces utilisateurs** des distributeurs. Un **rééquilibrage réglementaire** similaire pourrait être **mis en œuvre dans le monde de la distribution** pour que **tous les types de distributeurs soient soumis aux mêmes obligations** et notamment que **tous les distributeurs** soient soumis à l'**obligation de mise en avant des SIG** ou à la **TST-D**.

# 2

La distribution de services linéaires devrait bénéficier d'incitations pour compenser les obligations qui pèsent sur elle.

La **place croissante du streaming** dans les usages des Français pose la **question du maintien de l'activité de distribution de chaînes en linéaire** pour les distributeurs. De plus, la **distribution de chaînes linéaires est fortement contrainte**, notamment par des obligations de mise en avant ou de numérotation, ce qui pourrait **inciter les distributeurs français** à privilégier la distribution des **services de streaming moins contraints**. Une **bascule trop rapide des usages vers le streaming** mettrait les **éditeurs nationaux en danger**, car ils n'auront pas le temps de s'y préparer.

A ce titre, les **distributeurs** devraient **être incités à continuer de distribuer les chaînes linéaires** via des **allègements de taxes ou d'obligations fonctionnelles** (e.g. liées au plan de service).