

L'Europe se met à la VOD

Le cabinet NPAconseil a mené plusieurs études depuis le début de l'année sur le sujet. Voici une synthèse des points essentiels.

D'abord, il semble que plusieurs facteurs sont à l'origine de la croissance de la VOD. L'augmentation des raccordements à l'Internet haut débit dont **le taux de pénétration moyen dans l'UE a passé le seuil des 10% en 2005** (11,45% en octobre 2005), et celui des 20% en Finlande, au Danemark et aux Pays Bas. Concernant l'Hexagone, le cap des 10 millions d'abonnés a été franchi au 1er trimestre 2006.

Qui plus est, la liberté que permettent les offres multichaînes et du pay per view (payer pour voir) semble parfaitement en adéquation avec l'utilisation de la Toile et, finalement ce modèle est proche de la location de films dans un vidéo club. Enfin, la concurrence acharnée entre les FAI profite aux internautes puisque les opérateurs utilisent la VOD comme une arme marketing.

L'étude publiée début juillet 2006 montre que 7 à 10 Pays de l'Union disposent de plates-formes VOD en exploitation commerciale et des projets sont en démarrage dans d'autres. À la date de réalisation de l'étude, la Hongrie était le seul pays dans lequel aucun projet n'avait pu être identifié.

Décollage en France

Preuve s'il en est du dynamisme de ce nouveau secteur, de nouveaux entrants plutôt offensifs continuent à pénétrer sur le marché : Par exemple, en France, au cours du 2e trimestre : Neuf, Club Internet, Glowria, Vodeo? (lire nos articles)

La quantité de contenu disponible est elle aussi en croissance très rapide, les catalogues incluent des films, mais aussi, de plus en plus de programmes audiovisuels : des séries TV (Les Rois maudits, Lost, Le Maître du zodiaque, Caméra Café?) des magazines (C'est dans l'air, 93 Fbg St Honoré?), des vidéos Clips et retransmission de concerts (Madonna / Orange, Free, Virgin) Animation (Zooloo Kids, Canal Play Kids) des documentaires et même des programmes d'éducation (L'Odyssée de la Vie?).

Selon l'étude, au premier semestre 2006, les foyers français ont réalisé entre 1,8 et 2 millions d'actes d'achat de contenus vidéos. Un foyer sur cinq connecté au haut débit s'est donc lancé dans la VOD.

Ce qui est plus étonnant c'est l'arrivée sur ce marché juteux des grands groupes de l'électronique grand public (Apple, Samsung, Sony, etc), et d'agrégateurs qui se sont développés autour de la distribution de contenus numériques (par exemple Vodeo, Filmflex?).

Les distributeurs de biens culturels (FNAC, Virgin, Amazon?) ou les loueurs de DVD (Glowria, Blockbuster, Netflix), cherchent eux aussi à se positionner sur ce marché juteux, et le modèle économique de leur métier d'origine influence la manière dont ils développent leur offre.

Au moment de la réalisation de l'étude, on comptait environ 2.000 films dans les catalogues :

-Un tiers sorti avant 1995

-Un quart entre 1995 et 1999

-10% en 2004 ou 2005

Reste que ce chiffre évolue particulièrement rapidement. Ne serait ce que sur les plates-formes françaises, par exemple, l'on est passé de 700 films en mars à 900 mi-mai. Les offres mêlent blockbusters récents et films de catalogue : un film de 1925 sur Imagenio : « *Le maître du logis* », 17 des 45 films ayant obtenu plus d'un million d'entrées en 2005, à la mi-mai, in France.

Les contenus non européens représentent la majorité de l'offre disponible dans 12 des 15 plates-formes dont le catalogue a fait l'objet d'un examen systématique. Les films américains représentent plus de **50% chez 10 opérateurs, et atteignent 70% à 90% pour 6 d'entre eux.**

Les films européens non nationaux se situent entre 5% et 15% des offres dans 12 des 15 plates-formes, et dépassent 20% dans 2.

Le poids des films nationaux oscille entre **1% (Ojo) et 71% (Artevod)**. Ils représentent moins de 20% sur 8 plates-formes, 20% à 50% sur 5 et plus de 50% sur 2

Enfin, des prix de référence sont apparus sur le marché. Concernant les films, ils coûtent entre **4 et 5 euros** pour une nouveauté, et **2 et 3 euros** pour un film de catalogue, pour 2 heures de mise à disposition. Les séries TV sont moins chères de **0,5 à 1,99 euros** par épisode. Reste que les « Packs », « Pass », ou abonnements vont se développer?

Et les techniques de DRM (Digital Right Management) sont de plus en plus utilisés dans une optique marketing, pour donner de la flexibilité aux modes de commercialisation : Streaming ou téléchargement.

Pour ce qui des fenêtres d'exploitation, elles sont encore présentes et ne devraient pas disparaître tout de suite même si pour NPAConseil cela semble inévitable à long terme : pour les exploitations préexistantes (de 3 mois dans certains cas de figure pour la vidéo, en Italie et au RU, jusqu'à 12 mois au Portugal), et dans la manière d'insérer la VoD dans la chronologie des Médias. Cela peut sembler étonnant surtout que pour l'instant c'est bien la télévision qui finance le cinéma et pas le contraire, mais il est en effet possible que cela change.

Pour conclure, le document nous apprend que France est la seule parmi les pays étudiés à assujettir la VoD à une taxe, mais est-ce vraiment surprenant ?