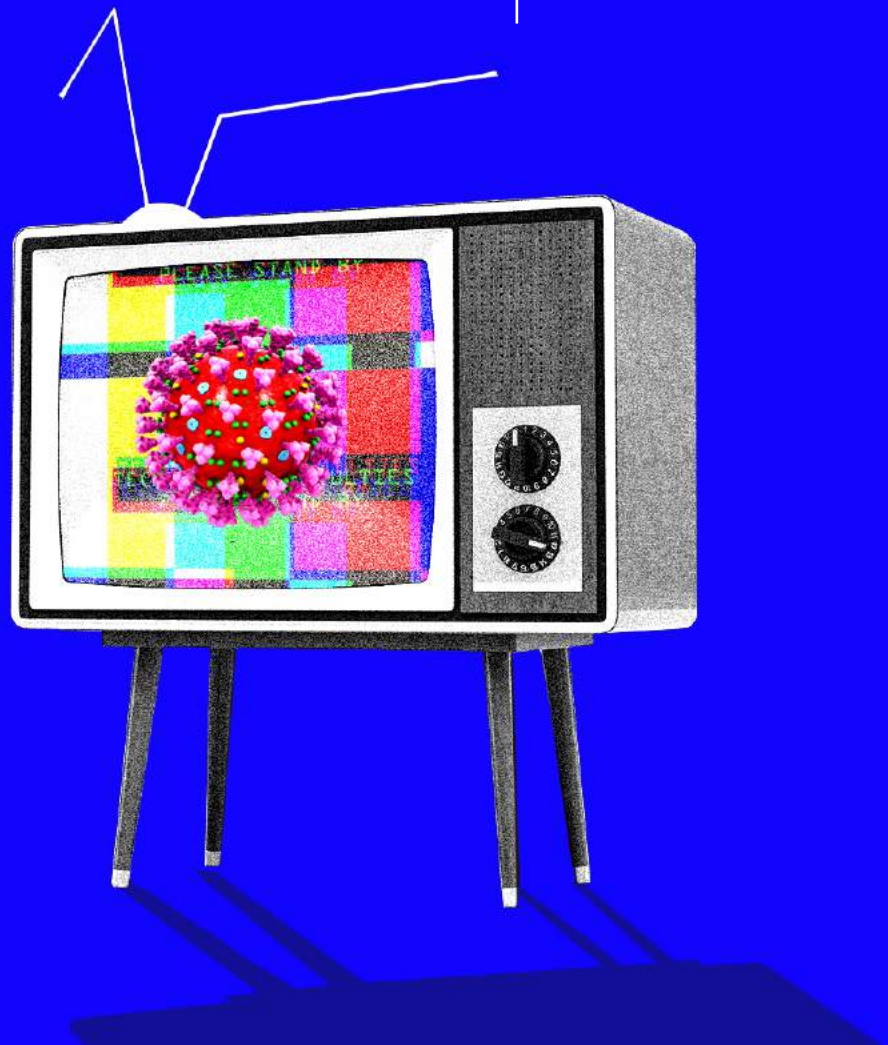
Streaming en 2021,

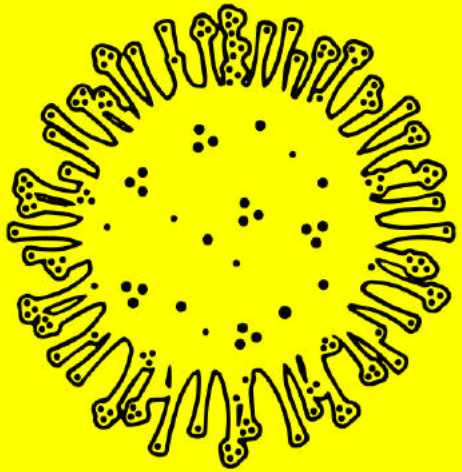
guerre ou paix ?



Kati Bremme
Direction de l'Innovation et de la
Prospective France Télévisions

france•tv

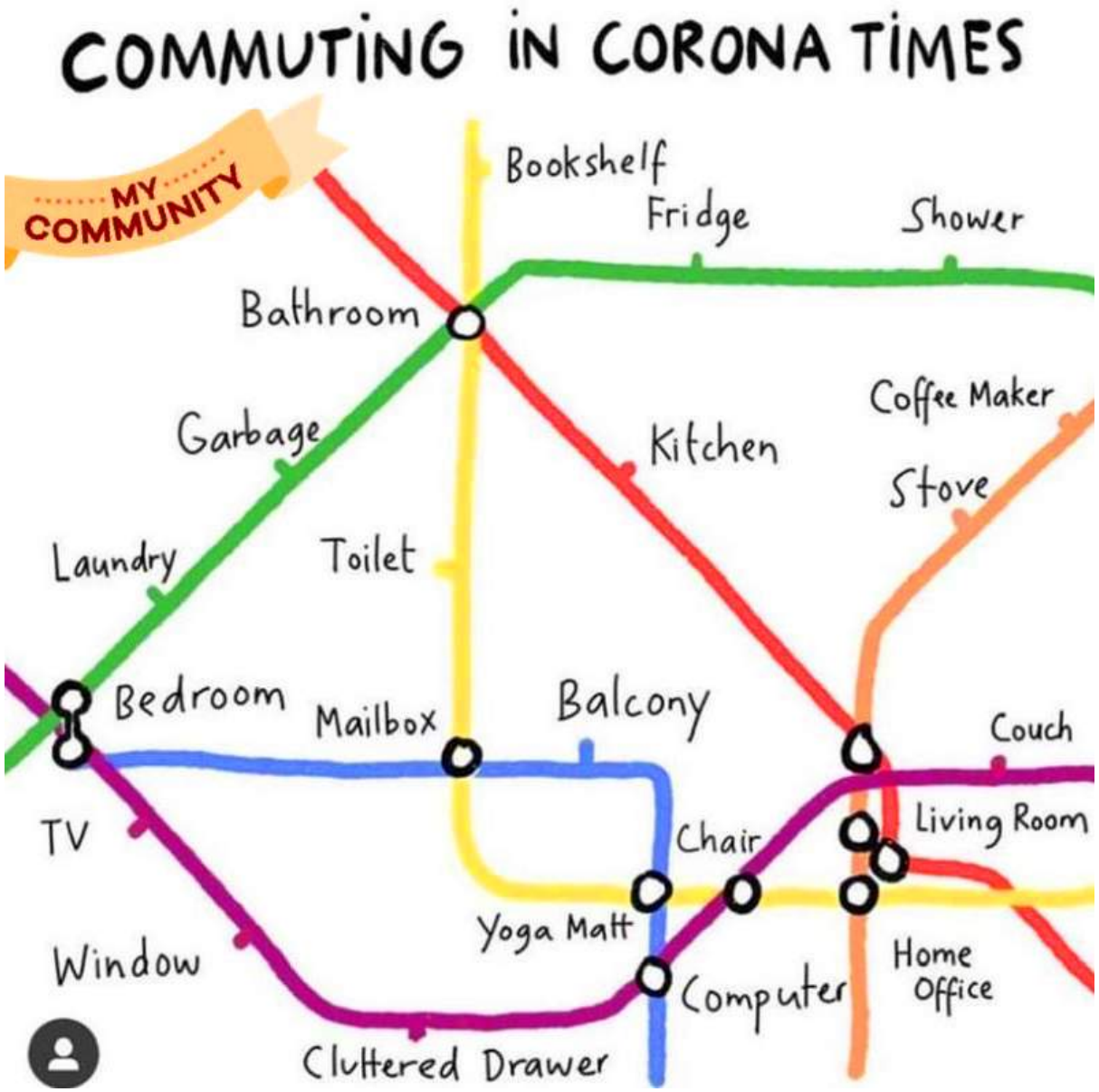
contexte 2020



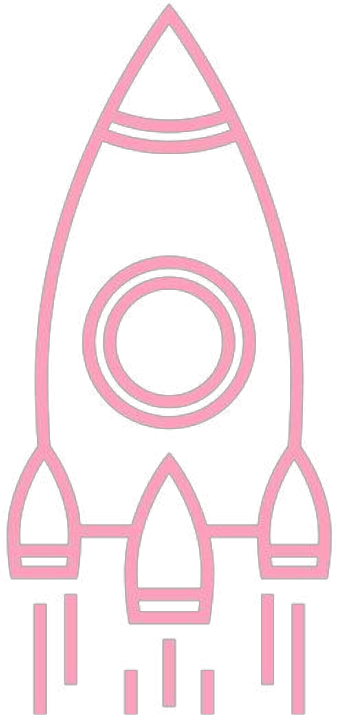
de la mobilité à la sédentarité

de l'open space au seuls ensemble

france•tv


COMMUTING IN CORONA TIMES
MY COMMUNITY
Bookshelf
Fridge
Shower
Bathroom
Coffee Maker
Garbage
Kitchen
Stove
Laundry
Toilet
Bedroom
Mailbox
Balcony
Couch
TV
Chair
Living Room
Yoga Matt
Window
Computer
Home Office
Cluttered Drawer

france•tv

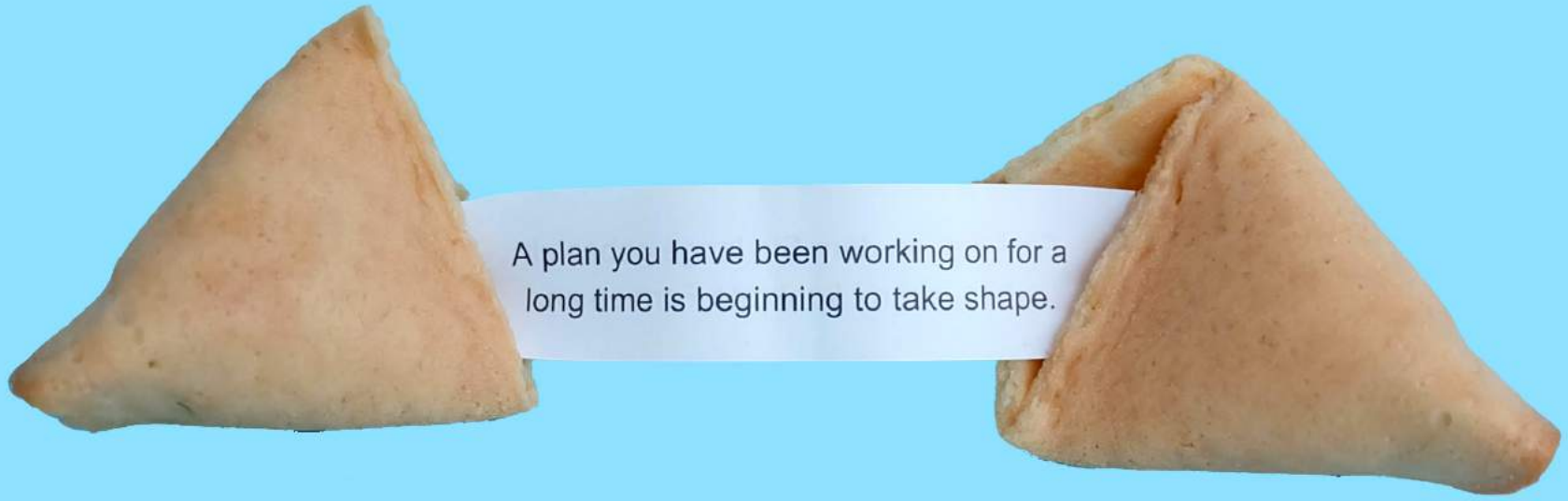


22%

des Français se déclarent nouvellement convertis au digital pour leurs actes de la vie quotidienne

Etude internationale Kameleoon réalisée auprès de plus de 5000 consommateurs réalisée en partenariat avec le GO Group Digital Mai 2020

france•tv



Transformation numérique forcée des entreprises et des consommateurs

26%

des Américains utilisent pour la 1ère fois un service de streaming

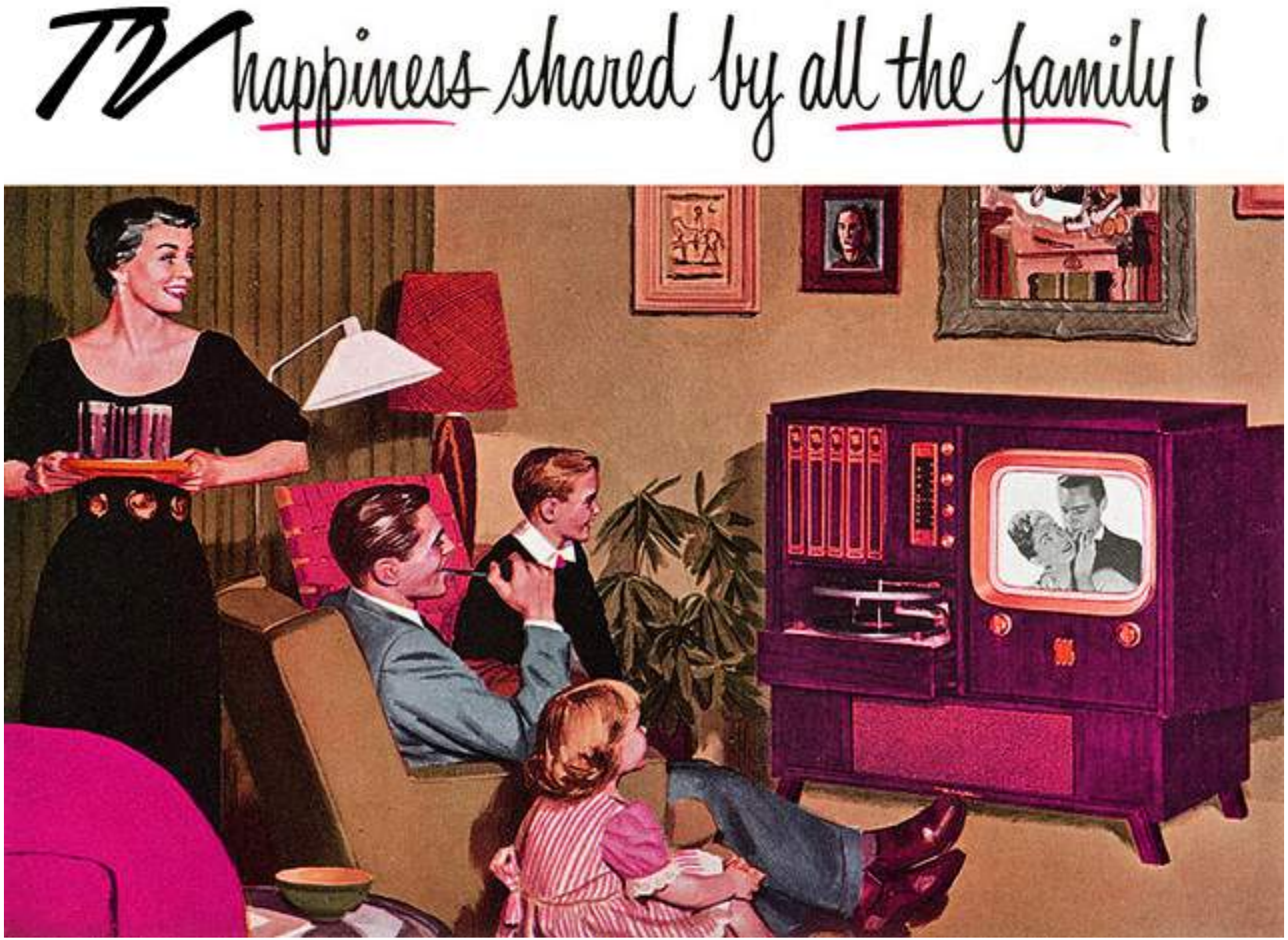
source:Nielsen

23%

part de l'info dans la conso TV

vs 16% avant

Disney+ a atteint les **50 millions** d'abonnés à travers le monde avec 2 ans d'avance



47,7M

de Français devant la TV + 12%

+46% chez les 15-24

4h34

temps passé devant la TV +1h

4-> 6M

de Français utilisateurs de SVOD

france•tv

Business Impact

The Major Side Effects of Social Distancing

Streaming Consumption	↑	60% Projected spike in streaming consumption
Advertising Revenues	↓	12% Expected fall in traditional media advertising revenues, mainly driven by sports
News Consumption	↑	67% Consumers worldwide watching more news
Sports Events	↓	450+ Sports events cancelled worldwide
Remote Workflows	↑	500% Increase in Microsoft Teams usage in China during lockdown
Scripted Production	↓	150+ Scripted productions cancelled in the US

Source: IABM, Microsoft, FT, ESPN, Magna, Statista, Nielsen

Jamais auparavant Hollywood n'a été forcé de s'attendre à un scénario où son alimentation en contenu pourrait s'épuiser. Pour la TV : arrêt des sports, l'arrêt des tournages, report des originaux…

Why COVID Couldn't Stop the Hungarian Production Boom

11:04 AM PST 1/7/2021 by Scott Roxborough

CULTURE MATTERS

Hollywood has resumed production – but can it last through a second wave?

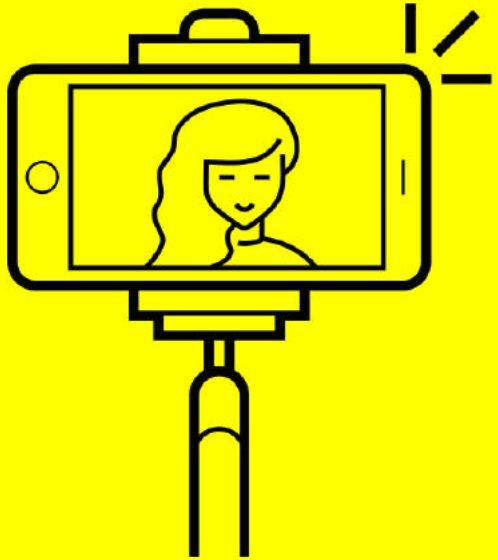
"We had a musical with a large cast, a lot of singing and dancing, a lot of close contact," said one production executive. "It's going to be difficult to film until there's a vaccine."

COVID surge throws 'essential' Hollywood production plans up in the air

HOME / TV / BREAKING NEWS

Los Angeles Production Grinds To A Halt Amid Covid-19 Surge; Netflix Is Latest Major Studio To Pause Filming

do-it-yourself



Comment faire de nécessité vertu, la creativité surgit de la contrainte avec une nouvelle esthétique "Zoom"

france•tv

10 mars 2017

un expert politique interviewé par la BBC se filme chez lui en webcam. Échappant à la vigilance de leur mère, ses enfants envahissent son bureau en plein direct. Gêne à l'antenne, buzz sur les réseaux sociaux.
Tout le monde trouve cela cocasse.

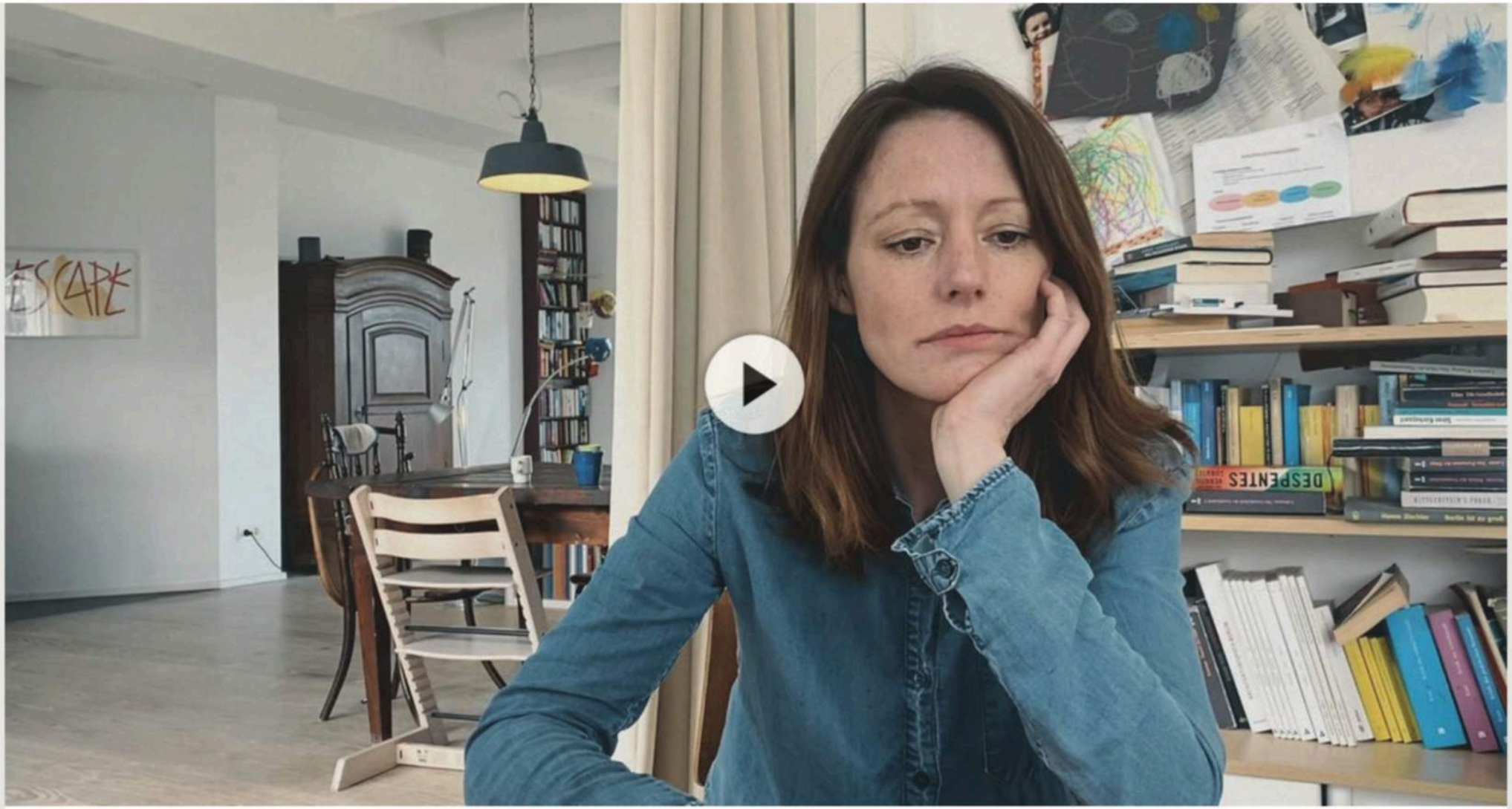
avril 2020

en plein confinement, Cyril Hanouna décide d'arrêter son émission phare Touche Pas à Mon Poste et de migrer avec une caméra… dans son salon. Tout le monde trouve cela normal.

avant le lockdown **Newsquiz BBC** *pendant le lockdown*

As the world is urged to stay home (seriously, don't be an idiot, and *stay home*) and engage in social distancing to slow the spread of COVID-19, video creators both amateur and established, who can no longer shoot in a studio with a camera crew, are quickly realizing their smartphones — specifically, the iPhone — are more than adequate replacements for big, fancy, and expensive cameras.

THE TONIGHT SHOW WITH JIMMY FALLON
COMIC RELIEF
LATE-NIGHT HOSTS GO DIGITAL IN QUARANTINE
NBC NEWS



Charlotte (Lavinia Wilson) wollte raus. Raus aus dem Job, raus aus der Ehe! Aber jetzt ist Pandemie und sie bleibt DRINNEN – im Homeoffice.

10 min | 03.04.2020 | UT

Mehr zu DRINNEN - Im Internet sind alle gleich

Drinnen im Internet

dès le 3 avril, 15 episodes avec un tournage en un temps record, ZDF

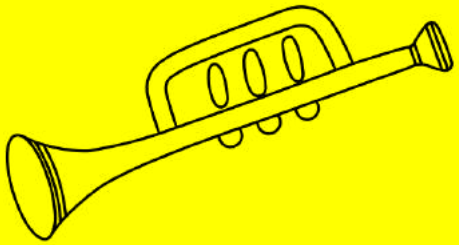
Courte focale, visages altérés, en plein essor de la HD, l'esthétique Zoom est acceptée par les téléspectateurs avides d'informations de première main et de divertissements inédits

"Aucun être humain n'a dû quitter sa maison pour cette série."

"Avec le confinement, les coulisses des médias deviennent la scène principale",

Laurence Allard, maître de conférence et sociologue des usages numériques

réunis dans la culture



orchestres, ballets, chorales, la musique à distance pour créer des liens

france•tv

La station de radio allemande BR-KLASSIK a réuni des stars internationales de la musique classique dans un flux de **5 heures** intitulé ***#musikbleibt***

3M de spectateurs en direct dans 20 pays / 40M sur YouTube
Universal avec Groovy Gecko Streaming Solutions

THE ORIGINAL IDEA

- Universal and Andrea had the initial idea and spoke with YouTube about being a partner

live & interactif

la proximité avec les audiences par le digital

en direct

Avec un monde qui bascule littéralement d'heure en heure, **les lives**, *que ce soit sous leur forme numérique ou a la télé n'ont jamais été autant sollicités.*

Face à l'explosion du nombre d'options de divertissement, **la télévision en réseau ou "broadcast TV"** *fera preuve de pertinence, en produisant et en diffusant beaucoup plus de productions en direct, de compétitions de télé-réalité et d'expositions sportives en direct que les années précédentes réunies.*

Instagram et Facebook live

"*Les contenus qui fonctionnent le mieux sont ceux qui ont une dimension d'échange entre l'émetteur et le récepteur.*"
Edouard Braud, Head of Media Partnerships, Facebook
Même LinkedIn se met au Live

mais

après le confinement, les utilisateurs n'auront plus la même flexibilité pour suivre des Live à n'importe quelle heure de la journée

watch party

social shopping, social watching, seuls ensemble, le retour de l'expérience partagée TV sur le numérique ...

france•tv

Instagram Comms
@InstagramComms

To help people stay connected, we're launching Co-Watching, a new feature that allows you to view Instagram posts together with your friends while you video chat.

281 2:30 PM - Mar 24, 2020

Amazon et Twitch dévoilent Watch Parties, les séances ciné virtuelles

apps Par **Julie Hay** le 10 avril 2020 à 17h15 0 commentaires

Bonne nouvelle pour les amateurs de Twitch, les Watch Parties sont disponibles. La plateforme de streaming s'associe avec Amazon et propose de regarder des contenus en direct depuis les chaînes de vos streamers préférés. Le but : vivre une expérience partagée en ces temps de confinement.

Photo credit: Netflix

Home > Good News > Could Netflix Party Group-Watching Be Saving Thousand Of Lives?

Good News Technology

Could Netflix Party Group-Watching Be Saving Thousand Of Lives?

TASTER

Try
2 months left

Rate
405 ratings

Share
0 shares

BBC Together

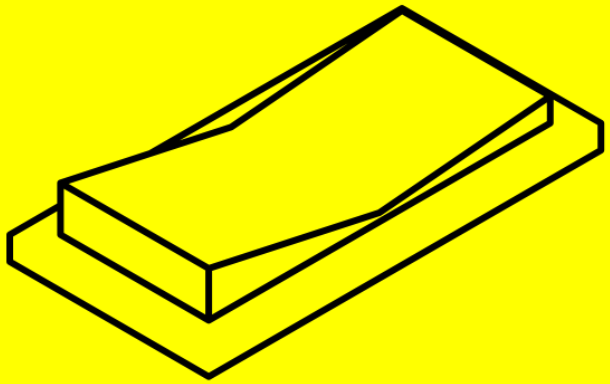
Try it | 2 months left

If you're stuck in a different place from your friends or family, BBC Together is a way you can still watch or listen to BBC programmes with them at exactly the same time.

405 ratings | 0 shares

france.tv

détournement de réseaux sociaux



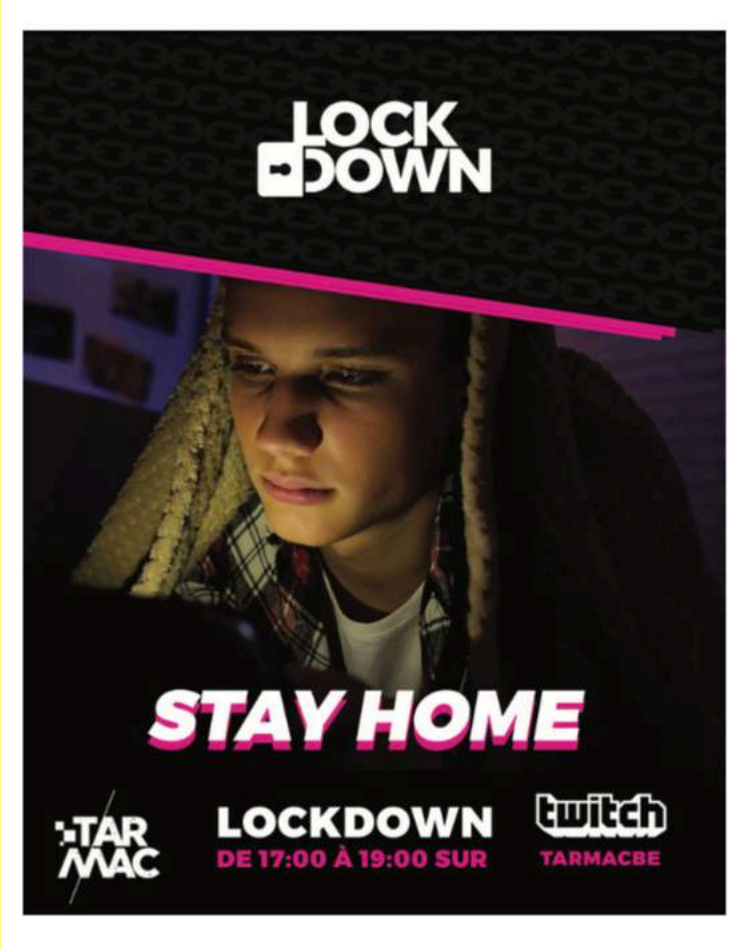
...et de jeux

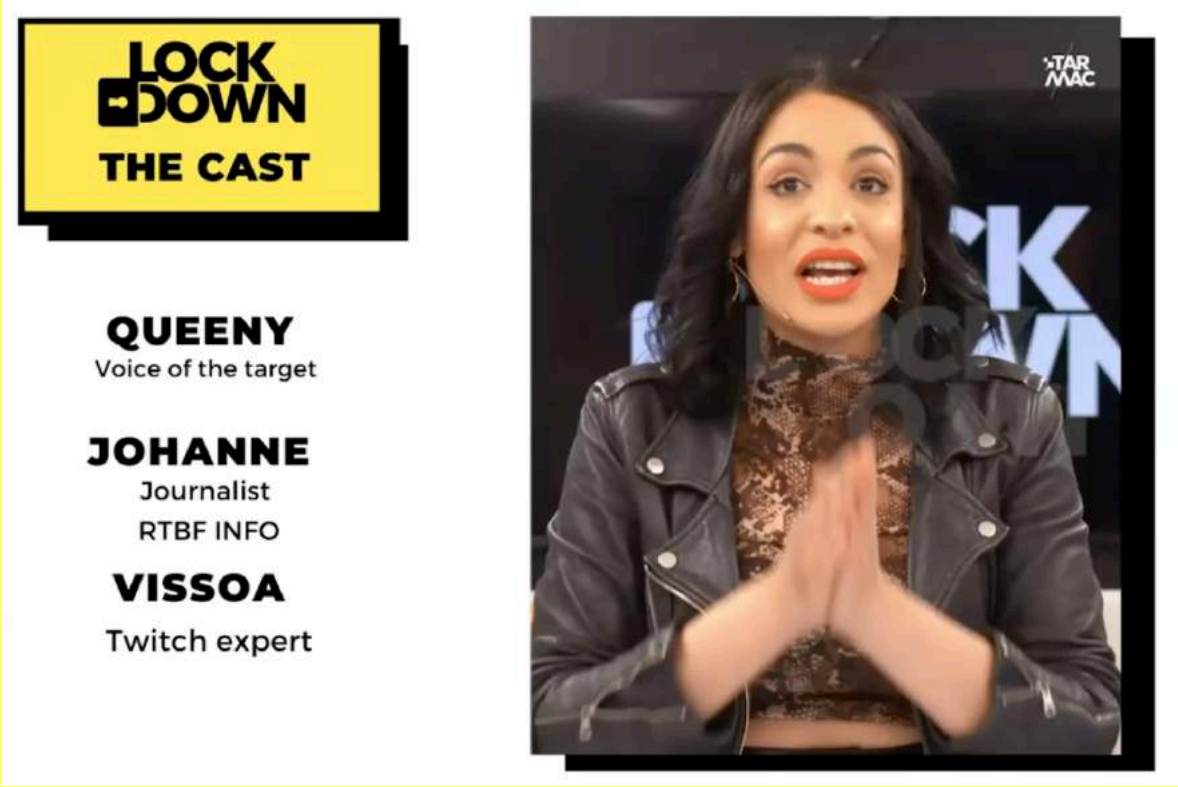
Tarmac x Lockdown

Questions
sur Instagram
YouTube et
Twitter avant le
show

mise en avant
par Twitch

prolongé dans
des stories
Instagram





Questions
pour un
Champion
twitch

Samuel Étienne s'éclate sur Twitch : « Ça fait 25 ans que je ne travaille pas »

Rayenne + Samuel Etienne

Lancement de la chaîne Twitch le 21 décembre, et une semaine plus tard, "l'un des streamers les plus regardés au monde"

Twitch à l'origine : contenu e-sport, gaming (League of legends, Fortnite, Grand Theft Auto V) et des "streams de conversation"

De nouveaux centres d'intérêts convergent :

Twitch est utilisé comme un relais officiel d'informations, le Royaume-Uni y diffuse ses annonces du Covid-19 pour interagir avec les habitants

Des cours de cuisine, des lives sur les questions d'actualité au Gouvernement en partenariat avec le Sénat, des matchs de foot en direct...

Un parfait mélange interactif de streaming, de réseaux sociaux et de cagnottes

le phénomène Animal Crossing New Horizons

11,8 M
d'unités en onze jours

continuité naturelle de notre vie dans un monde virtuel

réseautage, manifestations, sorties culturelles

Marc Jacobs et Valentino ont lancé une collection virtuelle dans le jeu, à défaut de Fashion Week, le Getty Museum, devenu viral avec le #GettyMuseumChallenge, a mis à disposition des oeuvres téléchargeables via QR Code

(e)sport

#StayatHome / #PlayTogether
Sportifs réels en compétition dans des décors virtuels

e-sport et gaming

En 2020, l'industrie du “gaming” a connu son plus fort mois de mars depuis plus de 10 ans. Les ventes de consoles, jeux et d'accessoires ont dépassé **1,46 milliards d'euros**

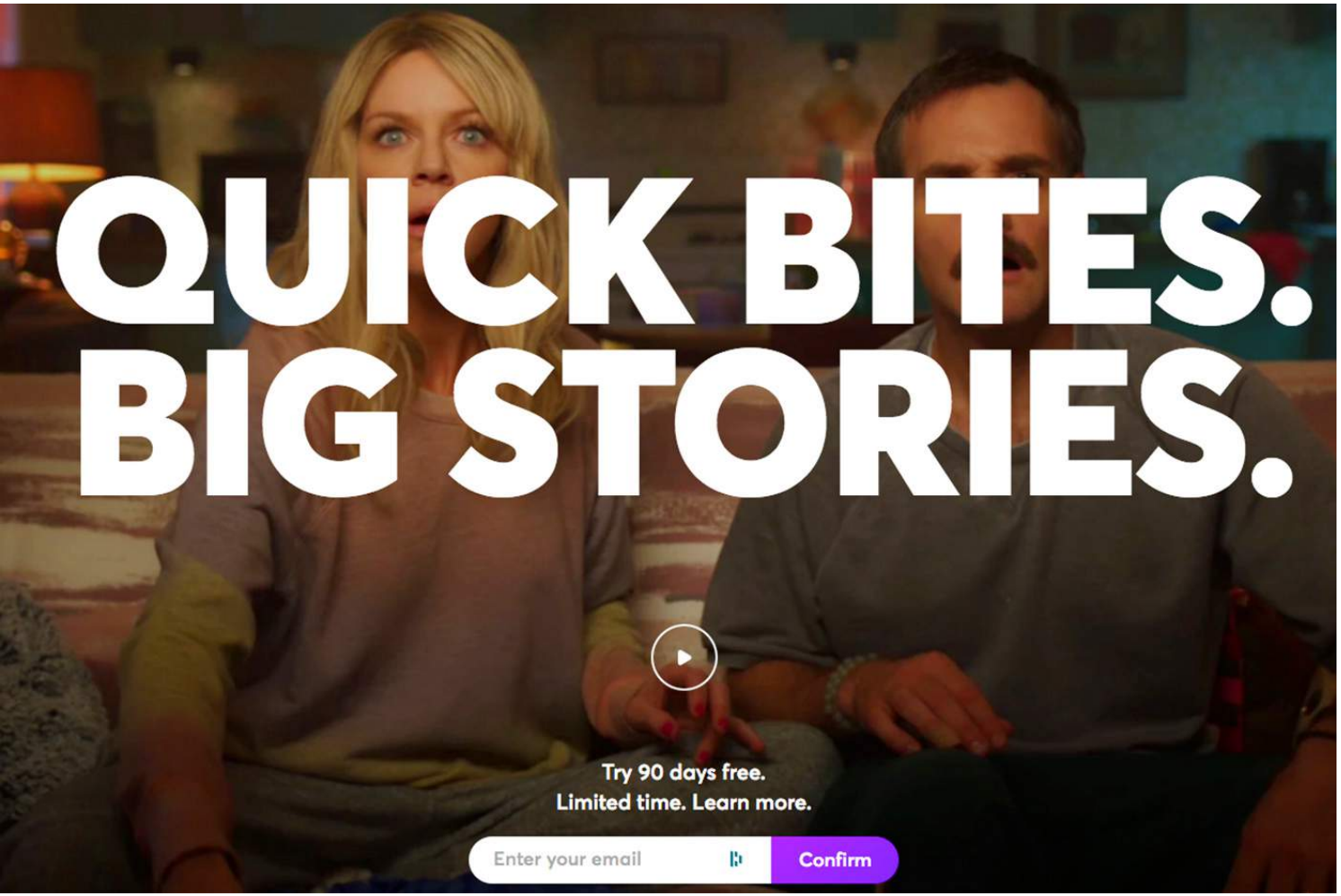
savoir créer **l'émotion** et **l'expérience**

objectifs : reach, engagement et rétention

le grand perdant

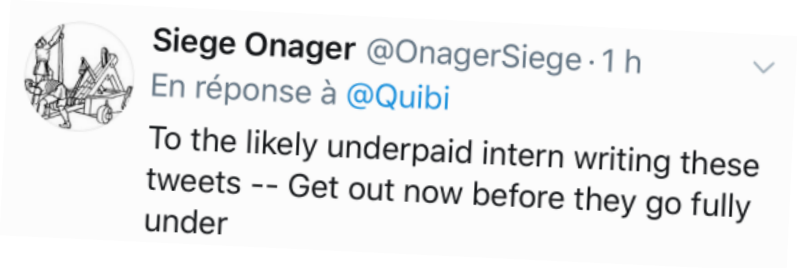
... et pas uniquement à cause du confinement

Big Fail : Quibi



seulement 2 Millions d'abonnés
(au lieu de 7,4 M visés)

"Quibi didn't consider how the individual consumer would view and react to the product." (Adweek)



Roku chercherait à acheter le contenu de Quibi, un signe de son influence financière croissante et de sa position stratégique au sein du secteur des médias

et 2021 ?

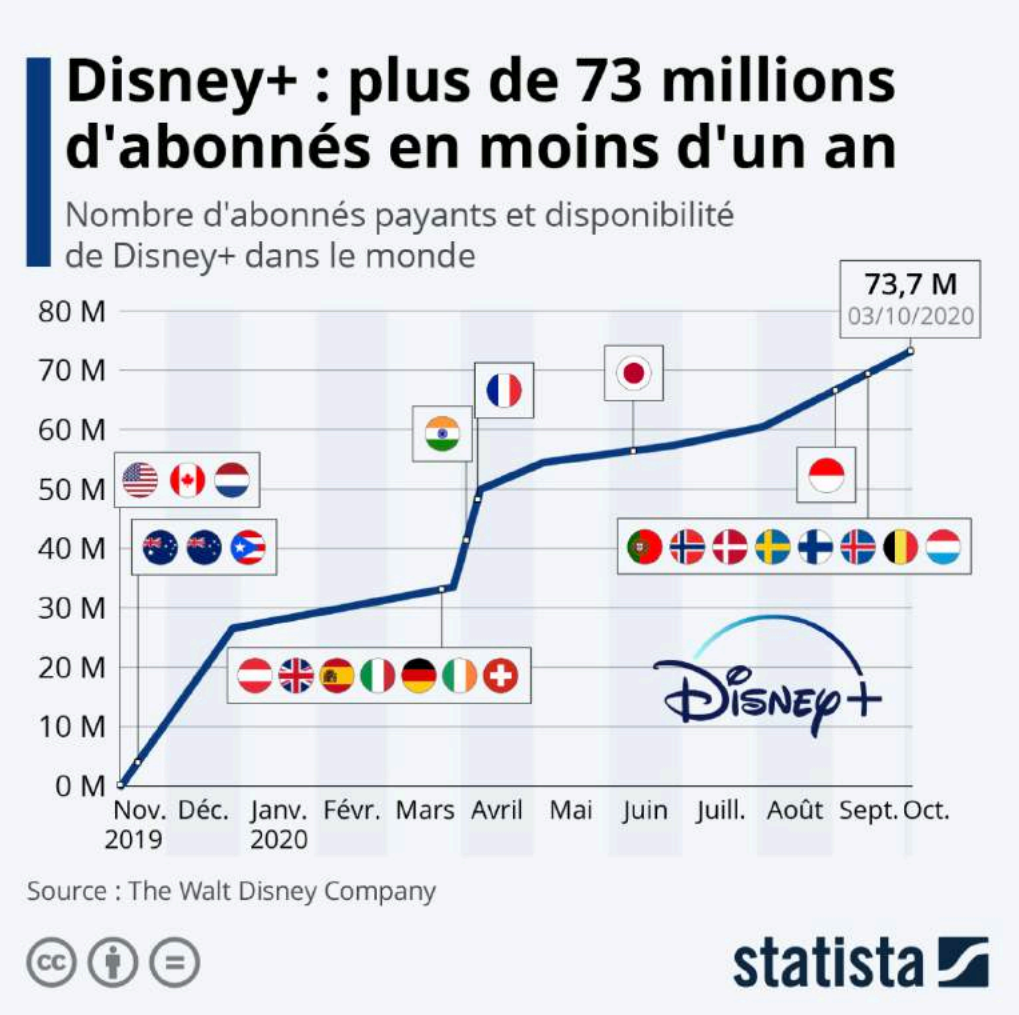
Résurgence et renouveau ou essoufflement ?

streaming, les chiffres

france•tv

Monde

france•tv


Disney+ : plus de 73 millions d'abonnés en moins d'un an
Nombre d'abonnés payants et disponibilité de Disney+ dans le monde
73,7 M
03/10/2020
80 M
70 M
60 M
50 M
40 M
30 M
20 M
10 M
0 M
Nov. 2019
Déc.
Janv. 2020
Févr.
Mars
Avril
Mai
Juin
Juill.
Août
Sept.
Oct.
Disney+
Source : The Walt Disney Company
statista

The Streaming Service with the most subscribers
NETFLIX
NETFLIX
NETFLIX
NETFLIX
blutv
iQIYI 爱奇艺
prime video
Source: JustWatch.com – market leader per country as of 07/20
JustWatch
THE STREAMING GUIDE

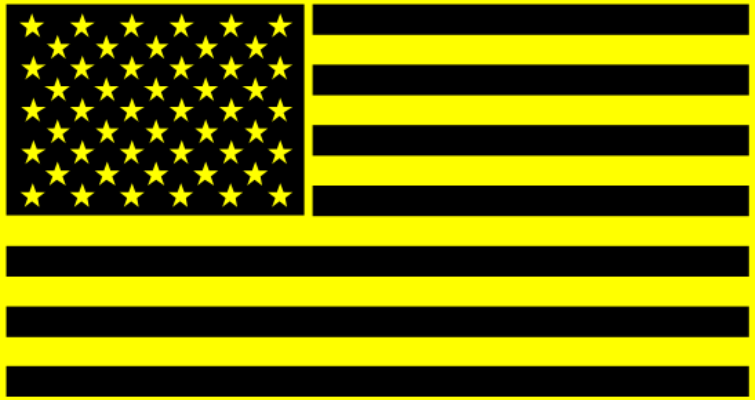
Classement des services de VàDA selon la pénétration par pays

1	NETFLIX	NETFLIX	NETFLIX	NETFLIX	NETFLIX	NETFLIX
2	prime video	prime video	prime video	prime video	prime video	prime video
3	Disney+	Disney+	TV TIMVISION	Disney+	Disney+	hulu

Netflix (195 millions d'abonnements dans le monde) et Prime Video (~150 millions d'abonnements dans le monde) sont les deux premiers services de VàDA

Source : CNC Observatoire de la vidéo à la demande, décembre 2020

Etats-Unis



france•tv

Healthy Competition or Harmful Fragmentation?

Overview of major video streaming services available in the United States

NETFLIX
Launched
2007
Parent company
Netflix
Notable content assets
Netflix Originals (e.g. Stranger Things)

prime video
Launched
September 4, 2008
Parent company
Amazon
Notable content assets
Prime Originals (e.g. The Boys)

hulu
Launched
November 17, 2010
Parent company
The Walt Disney Company/Comcast
Notable content assets
Hulu Originals (e.g. The Handmaid's Tale)

ESPN+
Launched
April 12, 2018
Parent company
The Walt Disney Company/
Hearst Communications
Notable content assets
ESPN sports content

Disney+
Launched
November 12, 2019
Parent company
The Walt Disney Company
Notable content assets
Disney, Pixar, Star Wars,
Marvel Cinematic Universe

tv+
Launched
November 1, 2019
Parent company
Apple
Notable content assets
Apple TV+ Originals (e.g. The Morning Show)

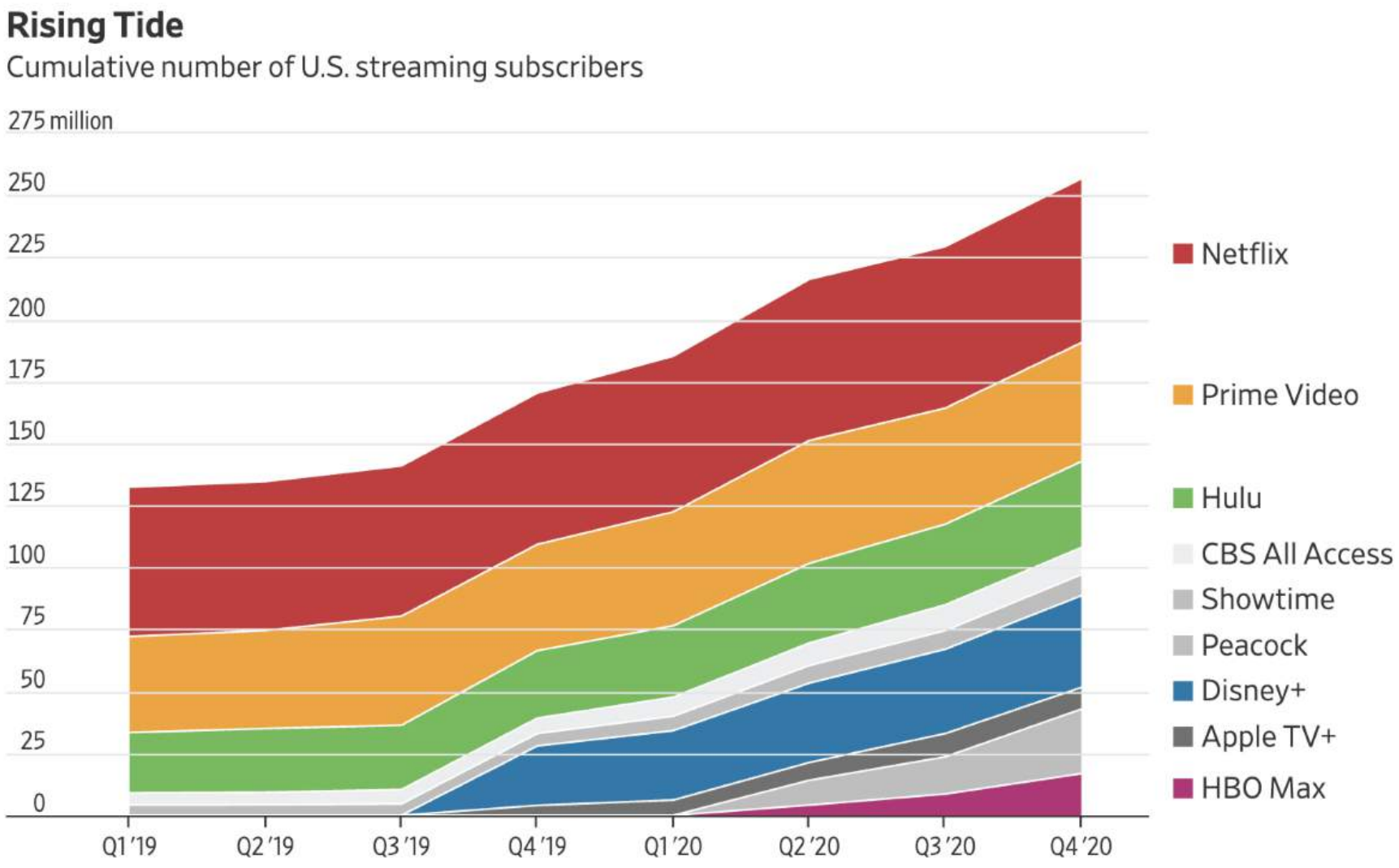
HBO max
Launched
May 27, 2020
Parent company
WarnerMedia (AT&T)
Notable content assets
HBO, DC Entertainment, Warner Bros.

peacock
Launched
July 15, 2020
Parent company
NBCUniversal (Comcast)
Notable content assets
NBC, Universal Pictures,
Dreamworks Animation

discovery+
Launched
January 4, 2021
Parent company
Discovery
Notable content assets
HGTV, Food Network,
Discovery Channel content

Source: Statista Research

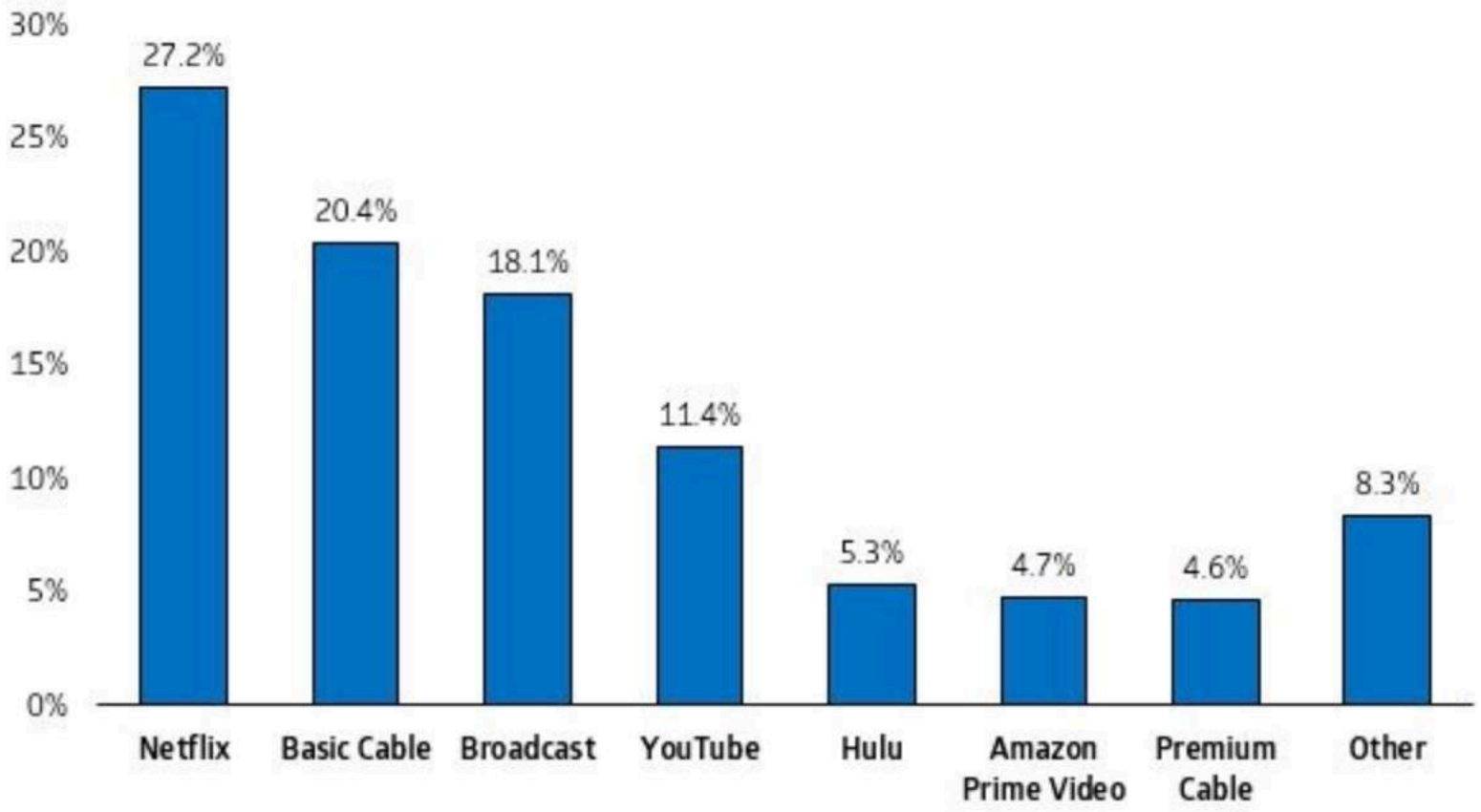
france•tv
statista



+50%

d'abonnées pour l'ensemble des plateformes en 2020

Netflix toujours loin devant (60% des ménages US) avec la même stratégie : beaucoup de contenus originaux

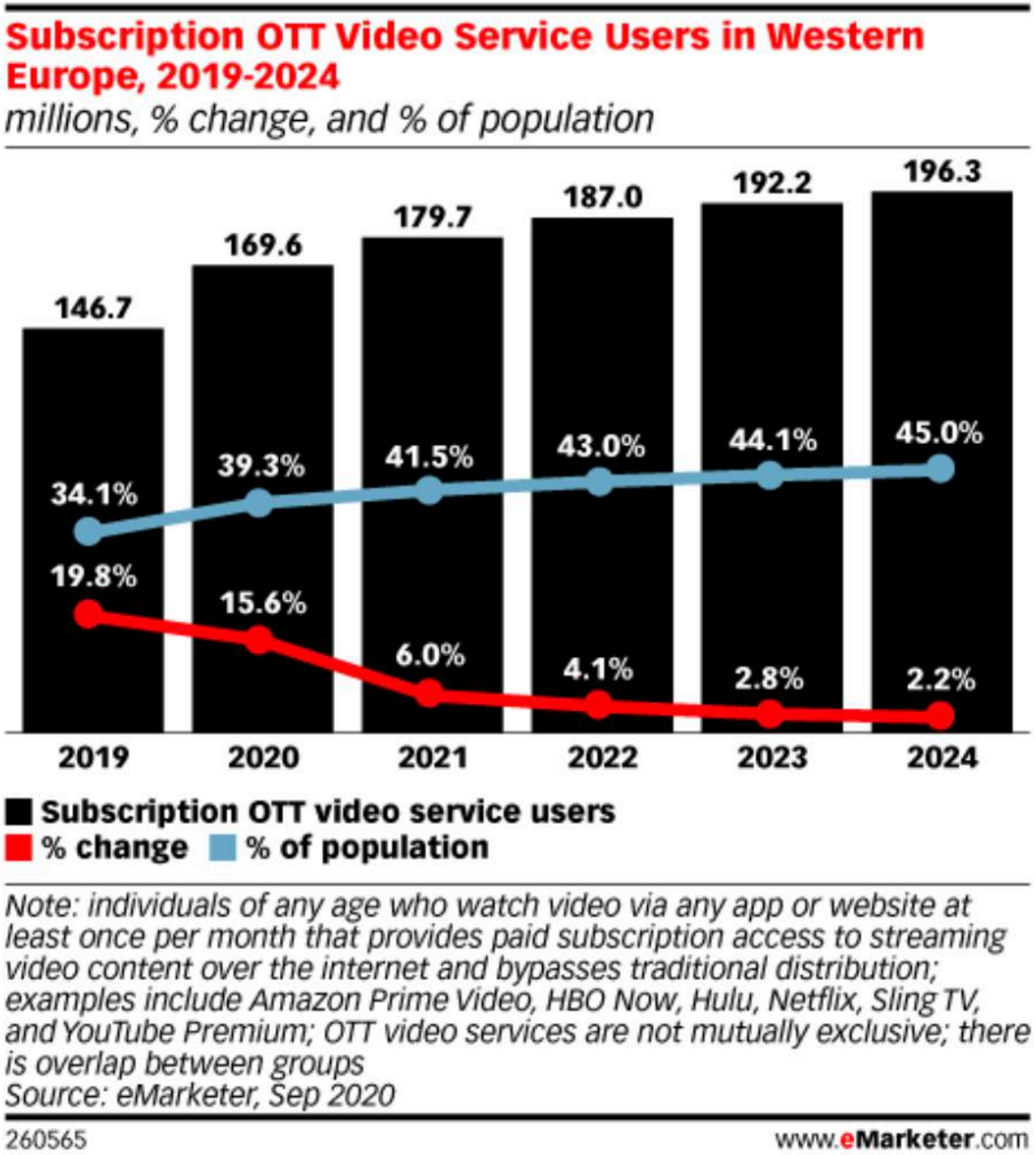


étude Variety:

Netflix le support n°1 des Américains pour regarder du contenu vidéo

Europe

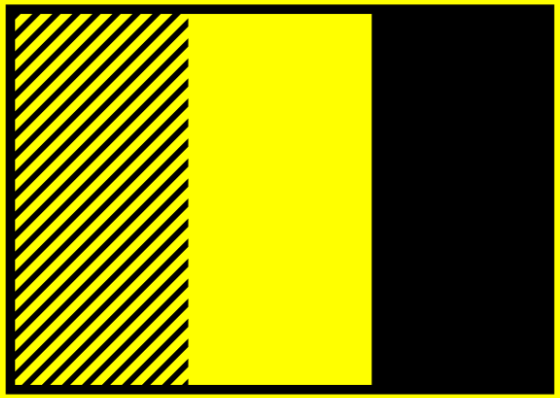
france•tv



Ensemble, **Netflix** et **Amazon** dominent le marché européen du streaming. Leur part de marché combinée dans les pays de l'Union européenne est de près de 80 %. Dans certains pays, elle est même plus élevée.

Si l'on considère la totalité du marché de la diffusion en continu en Europe, on constate que YouTube de Google se porte aussi particulièrement bien.

France



L’environnement concurrentiel se densifie

NETFLIX

>7M
abonnés en France

OCS

~3M
abonnés en France

prime video

~1-2M
abonnés en France

my CANAL

~1M
abonnés en France

Disney+

nouveau

1,8M
téléchargements en 24h en France

tv+

nouveau

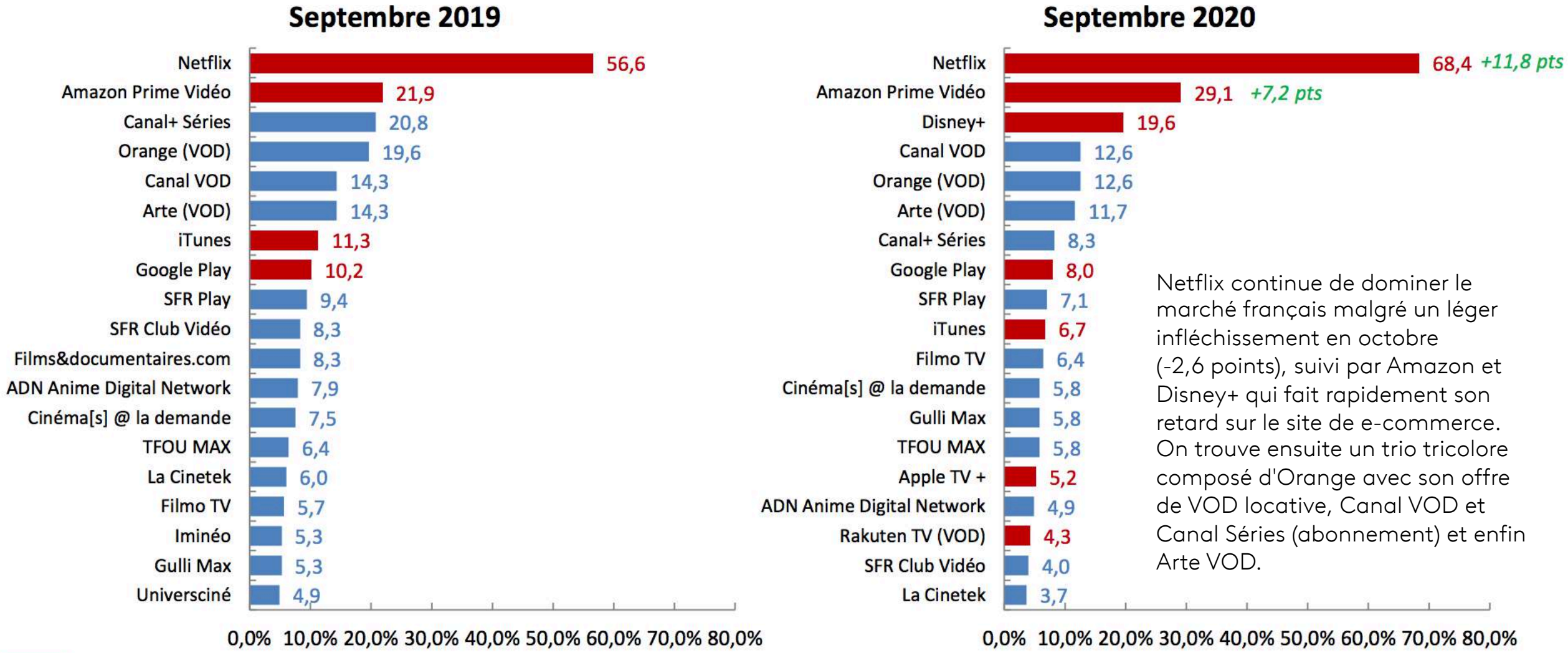
NC

SALTO

nouveau

NC

Sources : Netflix : Le Figaro ; OCS :Journal du Geek - Canal + Séries : communication Groupe Canal - Amazon Prime : ZDnet, Disney+: journaldugeek



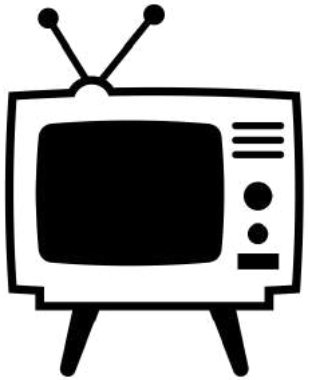
Netflix continue de dominer le marché français malgré un léger infléchissement en octobre (-2,6 points), suivi par Amazon et Disney+ qui fait rapidement son retard sur le site de e-commerce. On trouve ensuite un trio tricolore composé d'Orange avec son offre de VOD locative, Canal VOD et Canal Séries (abonnement) et enfin Arte VOD.

Source : CNC – Vertigo Base internautes déclarant avoir payé pour visionner des films de cinéma ou des programmes TV en VàD

	Visiteurs uniques mensuels 2020
NETFLIX	17.8M
my CANAL	11.8M
MY TF1	11.6M
france•tv	11.4M
6play	5.3M

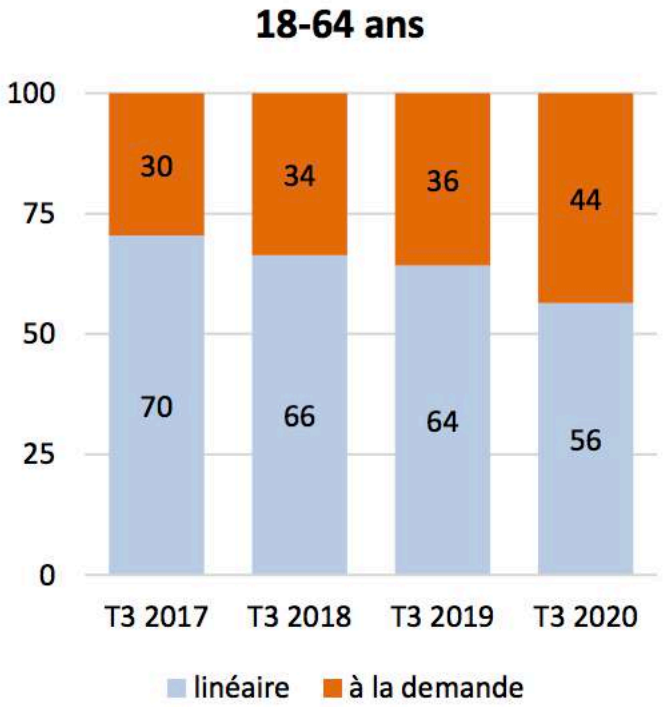
	Visiteurs uniques quotidiens 2020
franceinfo:	3.5M
LE FIGARO	3M
Le Monde	3M
BFM TV.	2.9M
ouest france	2.8M

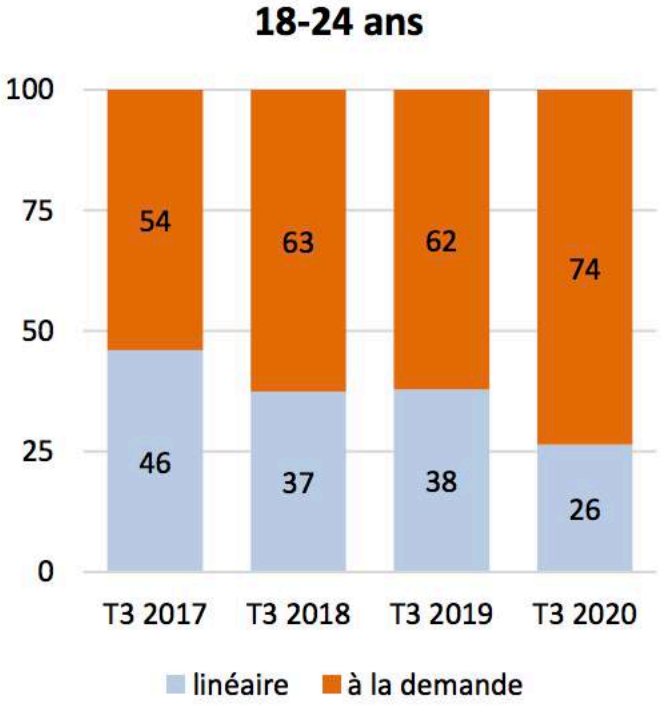
*Sources : Mediamétrie, 2020 (Janvier -Septembre) france tv: france.tv & france télévisions



Dans les années 1960-1970, posséder un poste de télévision était un signe de distinction. Aujourd'hui, il est de bon goût dans les milieux éduqués de ne pas en avoir ou de la cacher...

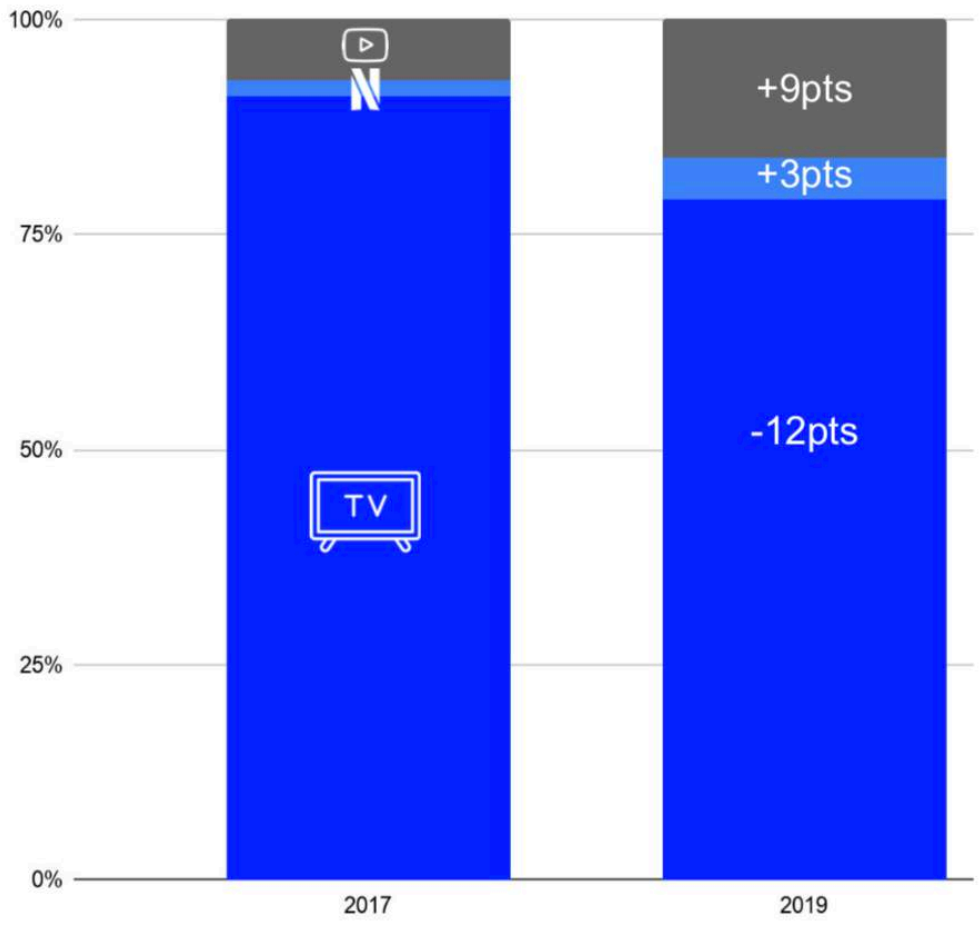
Répartition de la consommation vidéo (TV, VàD, autres vidéos sur internet y compris les plateformes gratuites de vidéos) en France selon le mode de consommation (%)



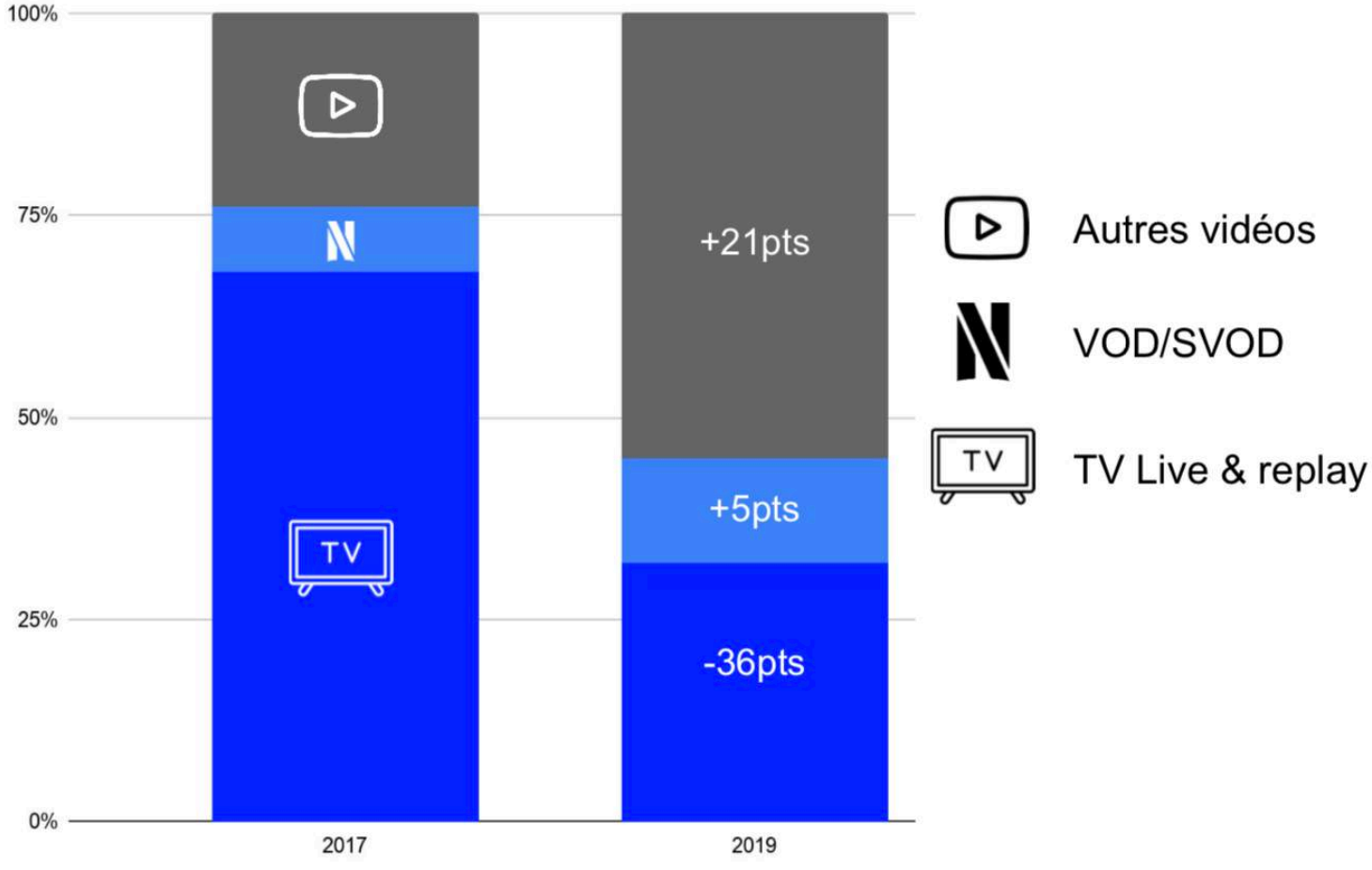


Les nouveaux acteurs gagnent de plus en plus l'attention du public

Répartition du temps vidéo (4+)



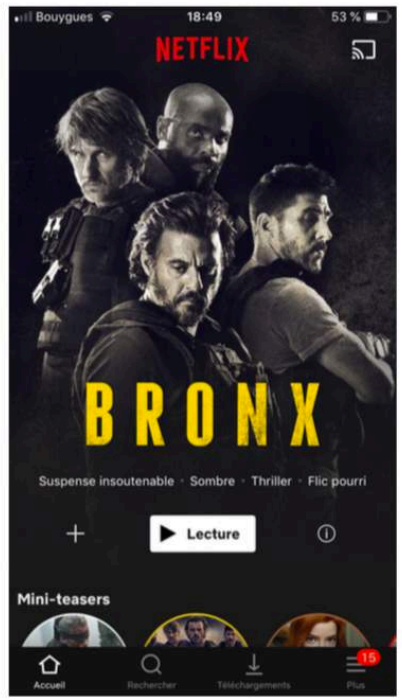
Répartition du temps vidéo (15-24 ans)



Sources : Estimations SNPTV à partir de Mediamat, Internet Global et Global TV

Face à cette hyper-offre, les acteurs événementialisent de plus en plus leur programmation

NETFLIX



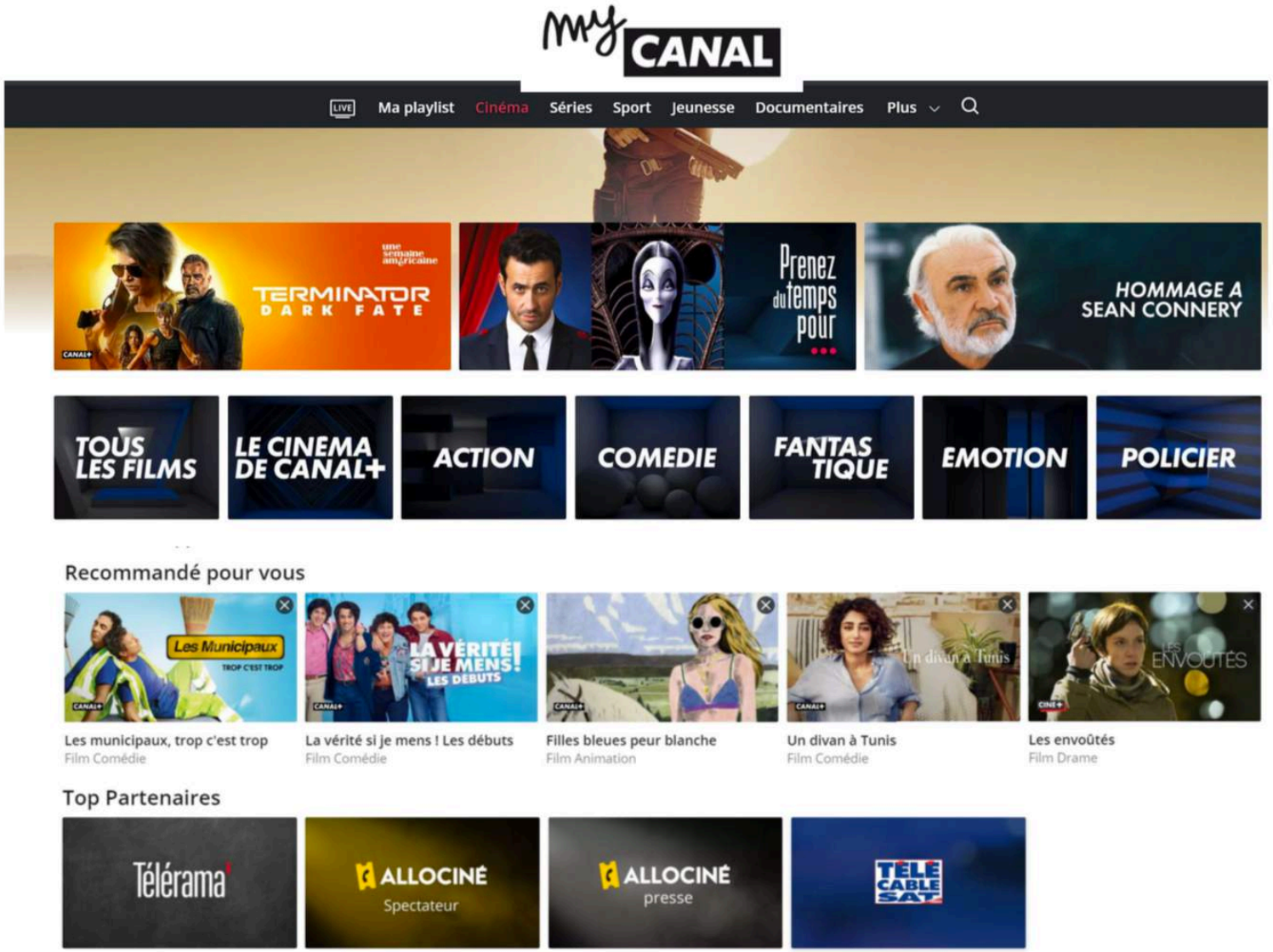
tv+

3 premiers épisodes disponibles puis 1 épisode par semaine

Calendrier public de lancement des séries

Evénementialisation des lancements (ex : bande annonce)

Les expériences combinent de plus en plus personnalisation et éditorialisation



Recommandations éditoriales

Recommandations personnalisés

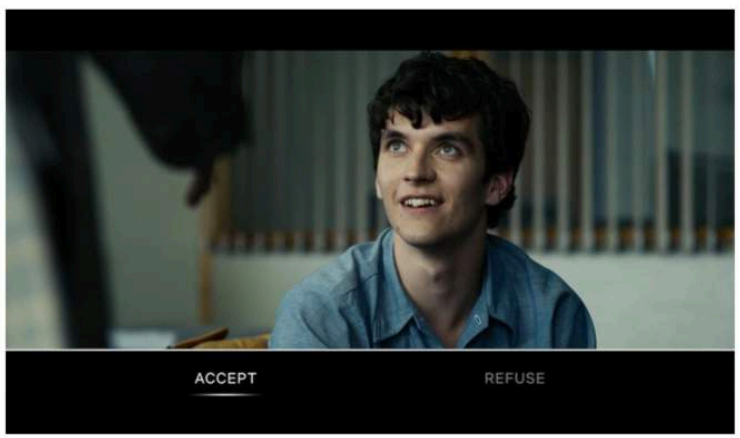
Recommandations éditoriales tierces

france•tv

Les expériences impliquent de plus en plus le public

Interactivité

Black Mirror Bandersnatch
Meilleure audience en décembre 2018



Immersion et omnicanalité

Expérience connectée pour les fans pendant les matchs
(réalité augmentée, interaction entre fans etc.)

Co-création

Utilisation de contenus imaginés par les fans dans les jeux

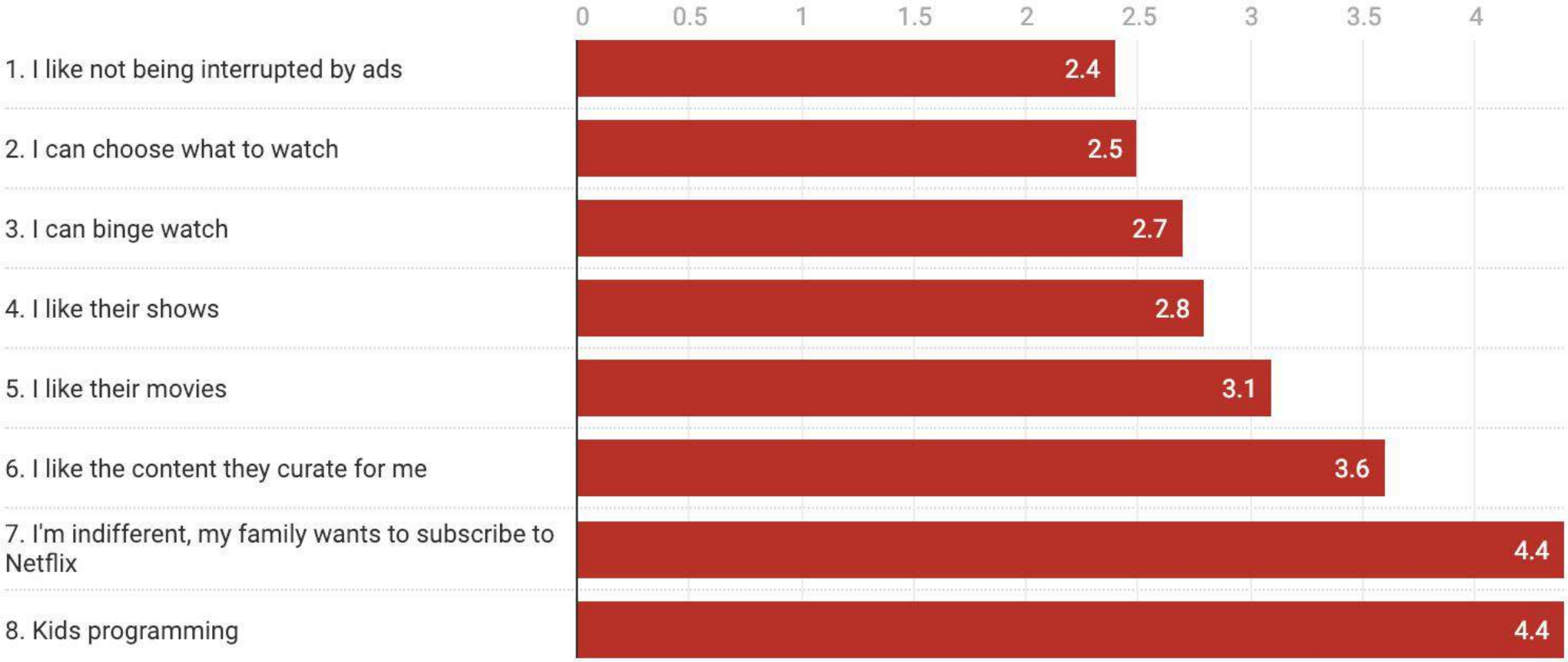
modèles économiques

et financements

Top reasons people have a Netflix subscription

avant

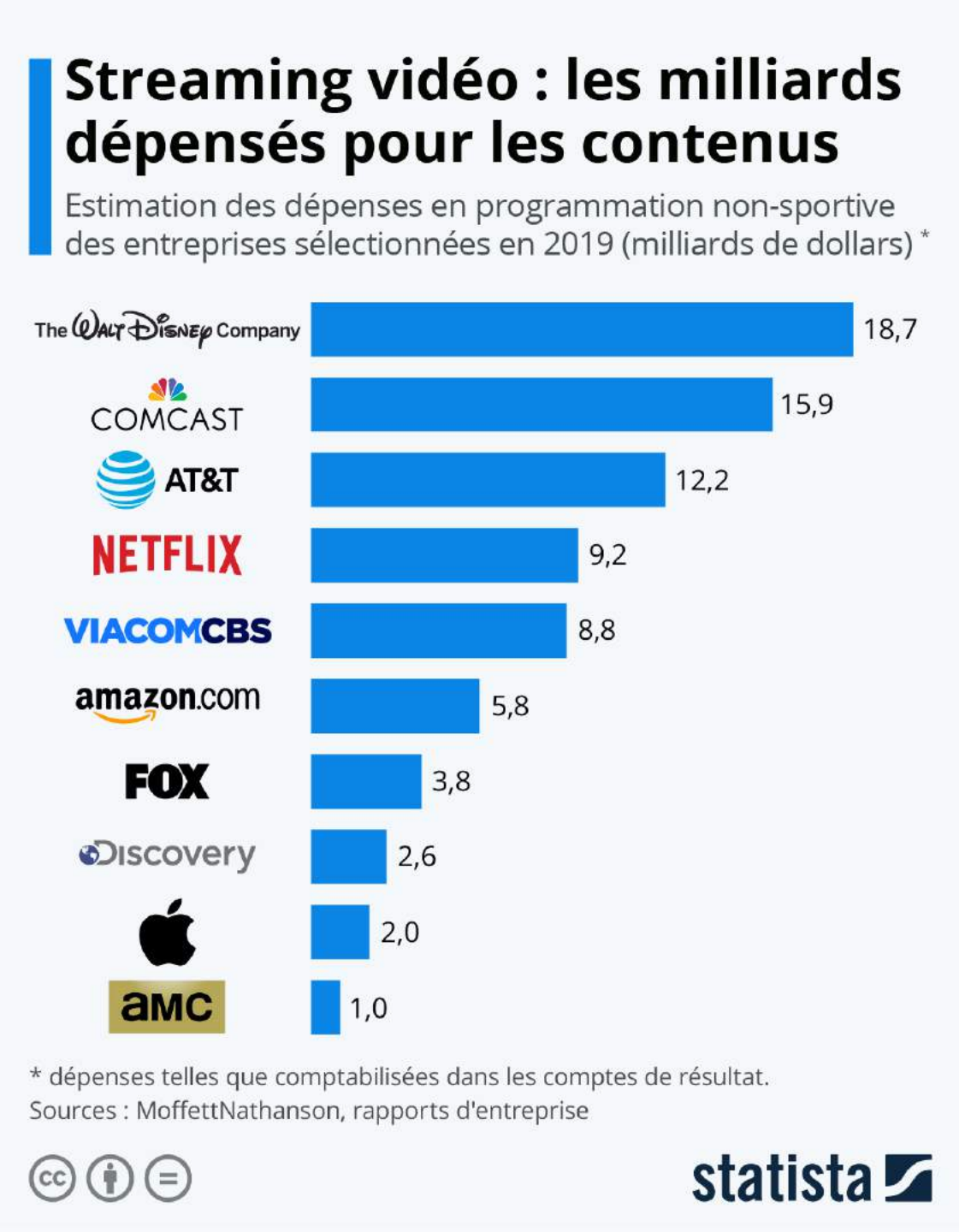
On a scale of 1 to 5, with 1 being the highest score



Data represents the weighted average of the ranked answers.

Source: MoffettNathanson

recode



côté plateformes

Netflix devrait bientôt arriver à court de programmes originaux (ou de films de cinéma sauvés de la fermeture des salles) déjà filmés et prêts à la diffusion

Selon The Verge, Netflix pourrait bientôt augmenter à nouveau ses prix pour maintenir sa stabilité économique.

Disney aussi va augmenter son abonnement de +30% pour 22 nouvelles séries annoncées en 2021

The Motley Fool

AVOD Is Starting to Take a Bite Out of Subscription Services Like Netflix and Disney's Hulu

côté utilisateurs

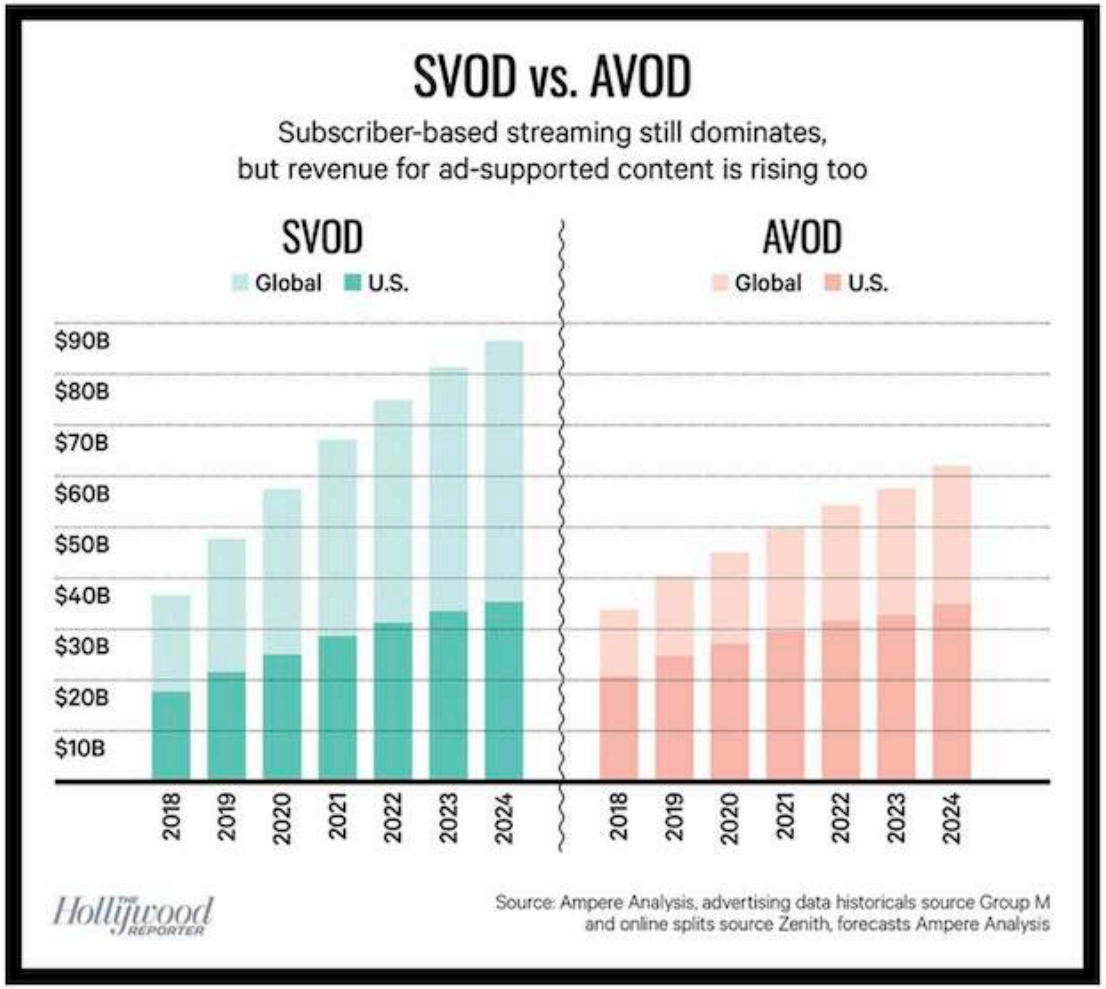
Les consommateurs se serrent davantage la ceinture et examineront de plus près leur bouquet pour rationaliser et ne garder que les services qu'ils jugent essentiels et fondamentaux.

Les services OTT gratuits, soutenus par la publicité, joueront un rôle encore plus important dans le portefeuille vidéo d'un consommateur en 2021.

Deloitte remarque une demande croissante d'offres gratuites soutenues par la publicité.

SVOD vs AVOD

SVOD
"Subscription Video On Demand" plateformes de streaming à abonnement mensuel ou annuel, comme Netflix ou Amazon Prime)



AVOD
"Advertising Video On Demand" plateformes de streaming financées par la publicité, comme Peacock

Le temps d'AVOD a augmenté 2 fois plus vite que le temps de SVOD entre janvier et juin 2020. L'AVOD est devenu le premier service de VOD en Europe en temps de visionnage.

Molotov lance Mango, un service de VoD gratuit financé par la publicité

Stéphane Ficca in Spécialiste hardware & gaming
12 novembre 2020 à 11h36

9

Le groupe Molotov annonce le lancement d'une nouvelle offre de VOD... gratuite !

Comme d'autres start-ups européennes de streaming, Molotov gagne aujourd'hui plus d'utilisateurs en un mois qu'elle n'en gagne habituellement en presque une année entière

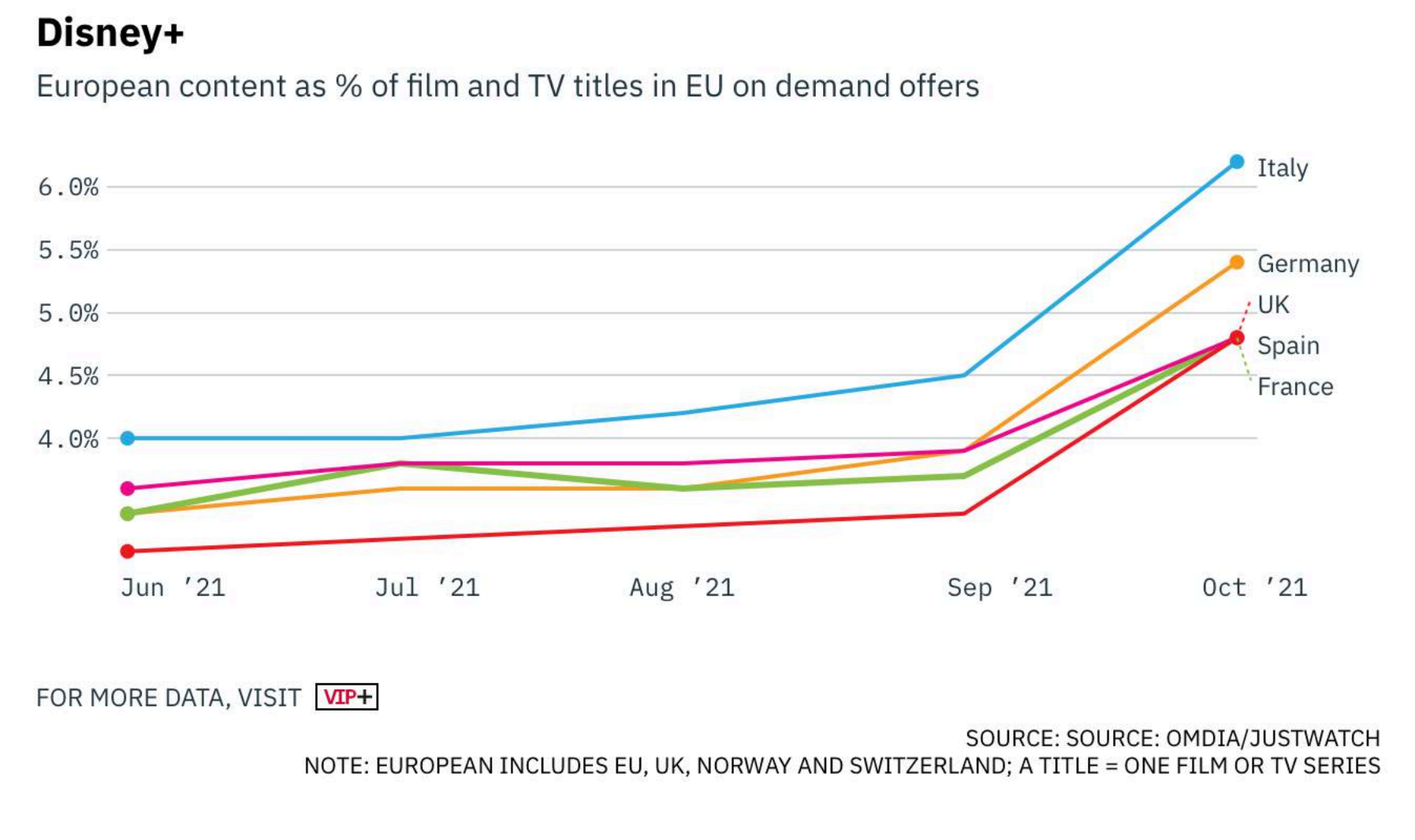
peacock

Après Disney+ et Apple TV+ en 2019, Comcast NBCUniversal a officiellement lancé son nouveau service de streaming Peacock en juillet, qui devait initialement coïncider avec les Jeux Olympiques de 2020.

Peacock est financé par la publicité, et se projette à 35 millions d'abonnés d'ici la fin 2024

30% de contenus européens

La directive européenne sur les services de médias audiovisuels, approuvée par Bruxelles en novembre 2018, rentre en vigueur en 2021 et oblige les plateformes à proposer 30% de fictions européennes



LES PRODUCTIONS ET CO-PRODUCTIONS NETFLIX DANS LE MONDE

EUROPE

France
Blockbuster (film)
Gad part en live
Gad : Huge in France
Je ne suis pas un homme facile (film)
Marseille
Osmosis
Série romantique encore inconnue
Stand up 2 de Gad Elmaleh
Stand up de Fary
Divines (film)
Safe
The Spy

Allemagne
Dark
Dogs of Berlin
Amandine Malaboul

Espagne
7 anos (film)
Elite
Fe de Etarras (film)
La casa de las flores
Las chicas del cable
The Alcasser Murders
El ministerio del tiempo
La Catedral del mar

Italie
Baby
Juventus FC
Suburra

Danemark
The Rain
Rita (S3)

Royaume-Uni
Been so long (film)
Black Mirror (S4 - *S3*)
iBoy (film)
Jack Whitehall: Travel with...
Lovesick (S2 &3)
Outlaw king (film)
Top Boy (S3)
The Crown
The last Czars
Série fantastique encore inconnue
Série comique encore inconnue
Série documentaire sur Sunderland
Black Earth rising
Collateral
Crazyhead
Kiss me first
Giri/Haji
Marcella
Paranoid
Requiem
Retribution
Robozuna
*The end of the f***ing world*
The forgiving Earth
TROY : Fall of a city
Wanderlust
Watership down

Norvège
Lilyhammer

Pologne
Série dystopique encore inconnue

Suède
Quicksand

Ukraine
Winter on fire (film)

Belgique
Undercover

Géorgie
Sovdagari (film)

Turquie
Série historique encore inconnue

Japon
Aggretsuko
A.I.C.O. Incarnation
B: The beginning
Baki
Blame! (film)
Blazing Transfer Students
Cannon busters
Les chevaliers du zodiaque : Saint Seiya
Hibana: Spark
Jimmy
Kantaro : The Sweet Tooth Salaryman
Lost song
Rilakkuma et Kaoru
Samurai Gourmet
Sword Gai: Animation
Atelier
Children of the whales
Fate/Apocrypha
Godzilla: Planet of the monsters
Kakeguiri
Love wagon: Asian Journey
Midnight Diner: Tokyo stories
Million Yen Women
Mob Psycho 100
Terrace house : Aloha State
Terrace House: Boys and girls in the city
Terrace House: Opening New Doors

Canada
Alias Grace
Anne with an E
Between
Degrassi
Lost & Found
Frontier
Travelers

Israël
Hit and run
Série d'espionnage encore inconnue

Mexique
Club de cuervos
Diablero
Ingobernable
Las leyendas
Série comique encore inconnue
El Chapo

Liban
Adel Karam

Colombie
Siempre bruja
Série dramatique encore inconnue

Egypte
The Square (film)

Inde
Again
Bard of blood (film)
Brahman Naman (film)
Ladies first (film)
Love per square foot (film)
Mighty little Bheem
Sacred Games
Selection day

Taiwan
A Taiwanese tale of two cities
Bardo

Corée du Sud
A Korean Odyssey
Busted!
Forgotten (film)
Kingdom
Love alarm
My only love song
Okja (film)
Psychokinesis (film)
Yoo Byung-jae: Black comedy
Yoohoo and Friends
Man X Man

Légende
Contenu distribué dans le monde entier
Contenu co-produit distribué dans le monde entier sauf dans le pays d'origine

20 % investis dans la création

Nouvelle chronologie des médias

A compter de janvier 2021, Netflix déclarera en France les revenus qu'il réalise chaque année dans l'Hexagone

En 2021, les plateformes devront investir jusqu'à 25% de leur CA dans la création française et européenne :

164 millions d'euros pour Netflix
37 millions pour Amazon Prime Video
30 millions pour Disney+,

D'ici l'été 2021 les plateformes reçoivent en échange la possibilité de diffuser plus rapidement une oeuvre après sa sortie en salle -> déjà des sorties Day-and- Date pendant le confinement

2017, The Meyerowitz Stories et Okja au Festival de Cannes
Walt Disney privilégie davantage sa plateforme de streaming Disney+ et compte sortir de plus en plus de contenus originaux sans passer par le cinéma. C'est déjà le cas pour le dernier Mulan, ou encore le dernier Pixar pour les fêtes de fin d'année.

Partenariats & Transfo digitale

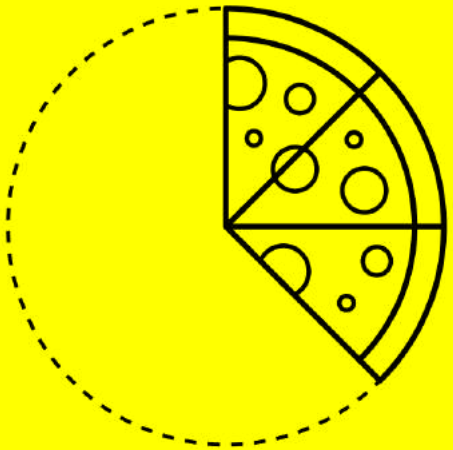
des partenariats avec des plateformes d'agrégation comme Amazon et Roku pour conserver autant que possible les données sur les revenus et les utilisateurs en interne

- Roku, revenus records au troisième trimestre grâce à l'accord avec WarnerMedia pour la distribution de HBO Max sur sa plateforme
- HBO Max et Peacock

Disney, NBCUniversal, Warner Media et ViacomCBS ont tous annoncé des réorganisations majeures - y compris des Comex - ont pivoté vers le streaming et ont accéléré les priorités d'investissement dans la technologie publicitaire

Warner Bros. a déclaré qu'elle allait sortir la totalité des films 2021 simultanément en salles et sur HBO Max, tandis que Disney a annoncé une poussée massive sur le marché du streaming avec Disney+, Hulu et ESPN+

fragmentation



Et l'utilisateur ?

Au cours des deux dernières années, le paysage du streaming est devenu de plus en plus fragmenté, presque chaque conglomérat médiatique offrant désormais son propre service de streaming avec un accès exclusif à (au moins une partie de) sa bibliothèque de contenu respective

ce que voudrait l'utilisateur

all you can eat €4,99

la réalité

Alors que l'industrie de la musique s'est largement éloignée de la diffusion exclusive de musique sur une seule plateforme de streaming, l'industrie de la télévision/du cinéma semble aller dans la direction opposée. Avec Disney, AT&T et Comcast qui font désormais tous concurrence à Netflix (et ViacomCBS qui suivra bientôt), le paysage de la diffusion vidéo en continu est plus fragmenté que jamais, et les consommateurs sont confrontés au choix difficile du ou des services auxquels s'abonner

€5,99

€9,99

€8,99

€4,99

€3,99

€6,59

Los Angeles Times

Disney+. Apple TV+. Paramount+. How the plus sign won the streaming wars

CBS All Access - la maison de streaming pour les programmes et les films appartenant à ViacomCBS - sera relancée sous le nom de Paramount+ l'année prochaine

Droits TV : Qu'est-ce que DAZN, le "Netflix du Sport" ?

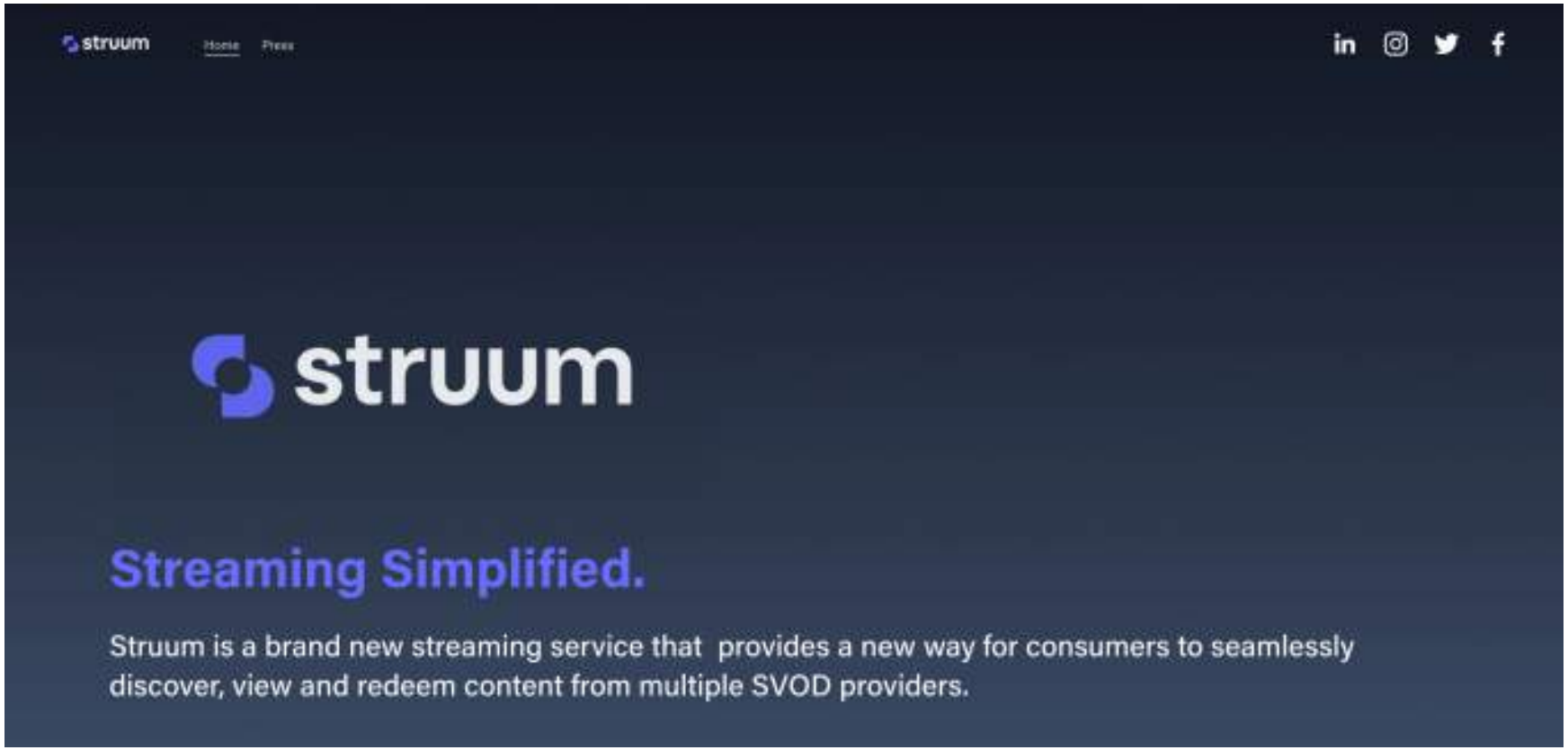
17 services de streaming disponibles en France pour changer de Netflix ou Amazon Prime

Filmo, MUBI, La Cinétek, e-cinema et Le Vidéo Club Carlotta, Shadowz, Crunchyroll, Wakanim et ADN, Madelen (INA), Scenso TV et Opsis TV, Tënk et Spicee, Benshi, TFOU Max, GulliMax...

"Nos recherches ont confirmé que le signe "plus" est devenu synonyme de services de vidéo à la demande en continu",
David Leavy, directeur de l'exploitation de Discovery

de l'agrégation

D'anciens cadres de Disney et Discovery viennent de lancer **Struum**, un "ClassPass pour les services de streaming". Contrairement à Netflix et Amazon, celui-ci n'aura pas de contenu propre. Struum vise à rassembler des séries télévisées et des films de dizaines de services de streaming moins connus qui luttent pour être concurrentiels sur un marché saturé, à la carte.



"COVID-19 a catapulté le streaming pour devenir le présent et l'avenir de la création de contenu. Aujourd'hui, elle représente 25 % de notre temps collectif passé avec la télévision dans les foyers capables de diffuser en continu. Le streaming a également pris pied chez les consommateurs de 55 ans et plus, souvent un signe technologique d'omniprésence et de détermination"

Peter Katsingris, vice-président senior, chargé des études d'audience chez Nielsen

l'intensification, l'internationalisation de plusieurs services, la mise en avant d'accords de distribution avec les opérateurs télécom locaux

une "bataille royale" pour la survie des plus forts, qui se traduira par une quantité de production (si le Covid le permet), de marketing et un nombre écrasant de choix de contenu

to do

pour les médias

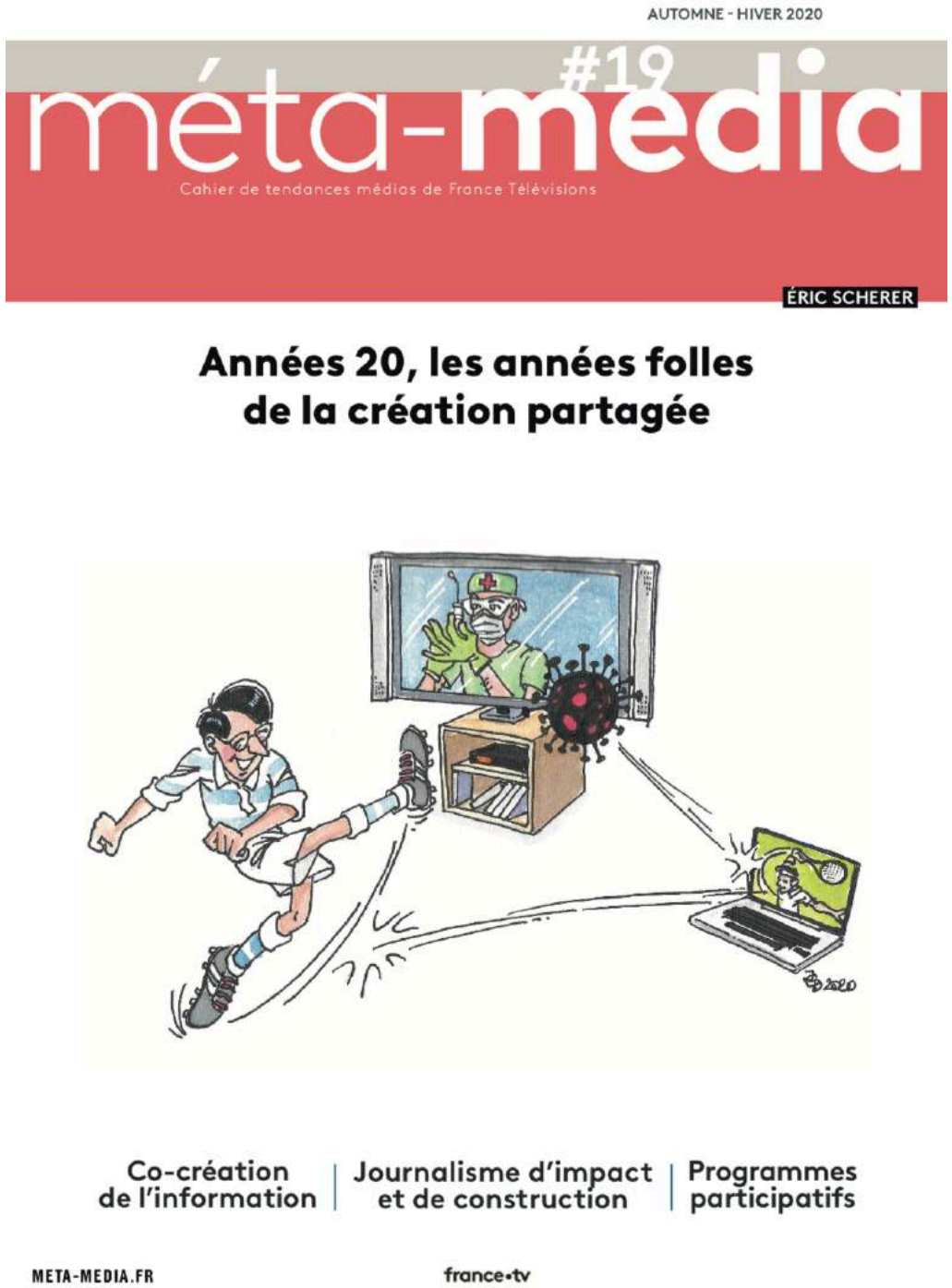
*mettre **l'utilisateur** et le **citoyen** au coeur de nos offres*

*créer des **expériences** partagées pour tous grâce à l'IA et la data*

*renforcer les **partenariats** intelligents, l'innovation au service de la connaissance de l'audience et de l'UX*

*Libérer la télé de ses **contraintes,** proposer des expériences multiplateforme maîtrisées*

*Ne pas oublier **l'audio***



merci
Q&A

Kati Bremme
@metamedia
metamedia.fr
francetvlab.fr

france•tv