

DIGEST # 3 – MARS 2021

P. 1 / EN BREF. LES NOUVELLES DU MARCHÉ.
P. 8 / DENSIFICATION DU MARCHÉ. LES NOUVEAUX ENTRANTS.
P. 12 / CONTENUS. LA COURSE AUX PRODUCTIONS LOCALES.
P. 13 / RESTRUCTURATIONS & EXPÉRIMENTATIONS.
P. 14 / PIRATAGE / RÉGULATION.
P. 15 / MOUVEMENTS.
P. 16 / PODCASTS.

EN BREF. LES NOUVELLES DU MARCHÉ.

MONDE

CE QUE 2020 A CHANGÉ

S'il était écrit que l'année 2020 serait clé dans la « guerre du *streaming* » avec l'apparition de nombreuses nouvelles plateformes, la crise sanitaire de la Covid-19 a bouleversé le scénario initial. Concurrence entre les plateformes, bouleversement de la chronologie des médias et des plans de sortie des films, développement des productions originales : la presse spécialisée se fait l'écho de ces bouleversements et questionne l'impact de l'année écoulée sur le devenir du marché de la vidéo à la demande.

Variety – How 2020 Changed Hollywood, and the Movies, Forever
Variety – Brutally Honest Insights on a Wild Year in the Streaming Wars (Podcast)
Indie Wire – 10 Ways 2020 Changed the Film Industry, from Streaming Wars to Film Festivals
Señal News – ¿Cuáles fueron las principales tendencias digitales de 2020?
Rapid TV News – US streaming surge in 2020 reflects permanently altered landscape
Siècle Digital – 2020 : Netflix partout, les cinémas nulle part

ET 2021 ?

L'année 2021 devrait voir se consolider le mouvement enclenché en 2020 avec la multiplication des acteurs du marché de la vidéo à la demande et, de fait, une concurrence accrue. Alors que le nombre d'abonnés à des offres VOD ne cesse de croître, quel que soit le continent, la question de l'existence d'un plafond de verre se pose.

Pour autant, les premières études prospectives considèrent que le marché de la vidéo à la demande reste pour l'instant résilient à la multiplication des offres (et au fractionnement des catalogues). Selon Juniper Research, le nombre d'abonnements à des plateformes SVOD devrait augmenter de 65 % d'ici à 2025, pour dépasser le seuil des 2 milliards d'abonnements. Si ces études restent prospectives, elles permettent malgré tout d'indiquer une tendance.

L'enjeu pour les plateformes établies comme pour les nouveaux entrants reste la fidélisation des abonnés. Face au risque d'attrition, le développement d'offres hybrides, basées sur l'abonnement et la publicité, pourrait permettre de réduire les coûts pour l'utilisateur final. Par ailleurs, avec une chronologie des médias bouleversée, les sorties en Premium VOD (PVOD) devraient se multiplier et pourraient s'imposer, aux États-Unis notamment, comme le nouveau modèle traditionnel de sortie des films produits par les studios.

Une chose est sûre : 2021 sera l'année test pour les nouveaux entrants qui cherchent à contester le quasi-monopole de Netflix : Paramount + entre sur le marché alors que HBO Max et Peacock devraient étendre leur présence à l'international, tandis que Disney + et Apple TV + vont chercher à développer leurs productions originales.

Digital TV Europe – Global subscriptions to increase by 65% over next five years
Screen Daily – Film business should kick off 2021 by knuckling down to reality
Variety – Home Entertainment Trends 2021: Premium VOD Is Here to Stay
Deadline – Streaming Boom Reaches 2021 Crossroads: Can Big Media Really Catch Netflix?
Variety – Global TV Players Poised for COVID Rebound as Streaming Boom Revs Content Marketplace
L'ADN – Tendances : quel avenir pour l'entertainment ?
Señal News – ¿La guerra del streaming es sostenible en el tiempo?
Méta-Média – 2021, année du renouveau pour l'audiovisuel ?
The New York Times – Why plus is a minus when naming your streaming site

EN BREF.

MONDE | AMC NETWORKS | Le groupe AMC annonce 6 millions d'abonnés pour l'ensemble de ses services SVOD, parmi lesquels Acorn TV, Sundance TV ou encore Shudder.

The Hollywood Reporter – AMC Networks Tops 6M Streaming Subs, Targets up to 25M by 2025

MONDE | CRUNCHYROLL | La plateforme mondiale par abonnement spécialisée dans les animés, Crunchyroll, compte plus de 4 millions d'abonnés.

Broadband TV News – Crunchyroll reaches 4 million subs; signs Elbra agreement

MONDE | DOCUMENTARY + | La société de production XTR a annoncé le lancement d'une plateforme mondiale AVOD uniquement dédiée aux documentaires, Documentary +.

Broadband TV News – New streaming platform Documentary+ launches

Mashable – Everything to know about Documentary+

Digital TV Europe – Industry-backed non-scripted AVOD Documentary+ launches

MONDE | KLASSIKI | Lancement d'une plateforme dédiée au cinéma russe, du Caucase et d'Asie centrale, Klassiki.

Time Out – Ralph Fiennes is helping launch the world's newest streaming service

MONDE | VIMEO | Forte de sa technologie et de sa réputation de « YouTube des professionnels », Vimeo s'autonomise et prépare son entrée en bourse.

L'Usine Digitale – Vimeo lève 300 millions de dollars en vue de son entrée en bourse

The Verge – Vimeo is becoming a standalone company after booming during the pandemic

AFRIQUE / MOYEN-ORIENT

Contraint par les infrastructures techniques, le développement du marché de la vidéo à la demande en Afrique sera intimement lié à celui du développement de la couverture haut débit et de son accessibilité. Selon Digital TV Research, le marché africain de l'OTT qui représente près de 400 millions de dollars en 2020 devrait dépasser le milliard de dollars d'ici les prochaines années. L'Afrique du Sud et le Nigéria restent les principaux territoires pour le marché de la vidéo à la demande. Le développement d'offres OTT par Showmax et Canal +, forts de leur présence en tant qu'opérateurs de télévision payante, devrait participer au bouleversement du paysage de la vidéo à la demande africain.

Jeune Afrique – Internet : 3 défis à relever pour le numérique africain en 2021

Agence Ecofin – Afrique: les services Over The Top généreront 1,7 milliard \$ à l'horizon 2026

Rapid TV News – SVOD to drive African OTT revenues to \$1.7BN by 2026

Rapid TV News – 18MN subscriptions to be added to MENA SVOD market

EN BREF.

AFRIQUE FRANCOPHONE | MOLOTOV | La plateforme OTT française Molotov a annoncé son implantation prochaine en Afrique francophone, en Côte d'Ivoire en premier lieu. Au-delà de la distribution *over-the-top* de chaînes TV linéaires, Molotov proposera également sa plateforme AVOD Mango en Afrique.

Digital TV Europe – Molotov expands internationally with launch in French-speaking Africa

AFRIQUE DU SUD | BRITBOX | Après les États-Unis, le Canada, le Royaume-Uni et l'Australie, Britbox annonce son lancement en Afrique du Sud en 2021.

Digital TV Europe – BritBox announces South African rollout for H2 2021

MOYEN-ORIENT | STARZPLAY | La plateforme SVOD Starz Play lève 25 millions de dollars.

Entrepreneur – Onward And Upward: StarzPlay Secures US\$25 Million Investment From Ruya Partners To Support Its Growth Ambitions

NIGERIA | OYAWATCH TV | Lancement de la plateforme SVOD OyaWatch TV au Nigeria. Au tarif de 3,50 € par mois, OyaWatch TV propose une soixante de chaînes linéaires mais aussi films, séries et documentaires à la demande.

Digital TV Europe – Nigerian SVOD OyaWatch TV launches

AMÉRIQUE LATINE

La télévision payante en Amérique latine fait de la résistance face aux offres OTT : le Brésil est ainsi le seul pays où la pénétration de la SVOD est supérieure à celle de la télévision payante. Pour autant, les plateformes de vidéo à la demande par abonnement devraient prendre le pouvoir dans les années à venir. Disney +, lancé en novembre 2020, aurait d'ores et déjà autant d'abonnés qu'Amazon Prime Video. Par ailleurs, HBO Max, dont le lancement est prévu en juin, pourrait également rebattre les cartes du marché. À l'image du reste du continent, le marché mexicain est porté par l'apparition de nouveaux entrants, tel que Disney +, StarzPlay ou encore DirecTV GO.

SeñalNews – El segmento OTT crece en América Latina a expensas de la TV paga
Prensario Internacional – México: expansión y monetización de OTT

EN BREF.

BRÉSIL | PINGPLAY | La société de production brésilienne ETC Films lance une plateforme pour les personnes malentendantes et déficientes visuelles, PingPlay.

SeñalNews – ETC Films lanza en Brazil una plataforma accesible para ciegos y sordos

BOLIVIE | GO ON TV | Le groupe audiovisuel bolivien, Comteco, lance sa propre plateforme OTT, Go On TV.

SeñalNews – Comteco lanzó en Bolivia su plataforma de streaming "Go on tv"

ÉQUATEUR | XTRIM | TV Cable lance une plateforme SVOD, XTrim, proposant la diffusion de 70 chaînes TV linéaires mais aussi un catalogue de films et de séries.

Prensario Internacional – Ecuador: TV Cable lanza su nuevo SVOD con canales en vivo

MEXIQUE | BLIM TV | La plateforme mexicaine Blim TV rejoint le catalogue de la plateforme OTT DirecTV GO.

SeñalNews – Blim TV se suma a la oferta de DirecTV Go México

AMÉRIQUE LATINE | TRIBES MEDIA | La startup Tribes Media a lancé de trois plateformes SVOD de niche (Myst, Glitch et Selego) en Amérique latine.

SeñalNews – Tribes media lanza tres plataformas de streaming de nicho multiformato

AMÉRIQUE DU NORD

Alors que Park Associates y comptabilise près de 300 services OTT différents, les États-Unis sont, sans conteste, le principal marché de la vidéo à la demande avec 49 milliards de dollars de revenus générés en 2020. La fermeture des salles du fait de la crise sanitaire a permis à la TVOD de progresser tout au long de l'année grâce notamment aux sorties dites « Premium VOD ». Les offres AVOD, qui représentent d'ores et déjà 10 milliards de dollars en 2020 et

200 millions d'utilisateurs par mois aux États-Unis, devraient bouleverser le modèle dominant de la vidéo à la demande, celui de l'abonnement. La fragmentation grandissante de l'offre SVOD pourrait in fine provoquer une concentration du marché autour de quelques acteurs dominants, jouant le rôle d'agrégateurs.

Digital TV Europe – North American OTT market to double in revenue by 2026

ZDNet – HBO Max et Disney+ gagnants de la fin d'année aux États-Unis

Digital TV Europe – 200 million Americans using free AVOD services each month

Digital TV Europe – Almost 300 OTT services in US, but no signs of user fatigue

Rapid TV News – US streaming wars narrative incorrect as SVOD eats into pay-TV

The Hollywood Reporter – Smaller Streaming Services May Have to Join Larger Platforms, Analyst Forecasts

EN BREF.

ÉTATS-UNIS | BBC SELECT | En parallèle de sa plateforme Britbox, BBC Studios lance aux États-Unis une plateforme dédiée aux documentaires, BBC Select.

Digital TV Europe – BBC launches standalone factual SVOD BBC Select in US and Canada

ÉTATS-UNIS | FANDOR | Le groupe Cinedigm a racheté la plateforme américaine SVOD de films indépendants Fandor, proposant jusqu'ici près de 4 600 titres.

The Hollywood Reporter – Cinedigm Buys Fandor Indie Film Streaming Service

ÉTATS-UNIS | PRENDE TV | Univision Communications a annoncé le lancement en 2021 d'une plateforme AVOD destinée au public hispanophone.

SeñalNews – Univision presentó prendetv, su nuevo servicio de streaming

Variety – Univision to Launch PrendeTV, Touted as First Dedicated Free Streaming Service for U.S. Hispanic Viewers

ÉTATS-UNIS | STRUUM | Face à la fragmentation de l'offre SVOD aux États-Unis, Struum souhaite proposer d'agréger de nombreux services de vidéo à la demande de niche. À l'image de Classpass dans le domaine du sport, Struum proposera à ses utilisateurs de profiter du catalogue de chacune des plateformes grâce à un système de crédits. Struum aurait d'ores et déjà conclu des partenariats de distribution avec une dizaine de plateformes existantes.

Variety – Startup Struum Aims to Aggregate Niche Streamers, With Backing From Michael Eisner

ÉTATS-UNIS | TUBI | La plateforme AVOD de Fox annonce 33 millions d'utilisateurs par mois en 2020.

Deadline – Tubi Says Streaming Rose 58% In 2020, With Half Of Viewers Younger Than 35

ASIE

Le marché de vidéo à la demande asiatique a dépassé les 30 milliards de dollars de recettes en 2020. Pour la première fois, le modèle de l'abonnement génère davantage de revenus que les offres basées sur la publicité. Excepté en Chine, YouTube reste le premier opérateur AVOD sur le continent. En matière de vidéo à la demande par abonnement, Netflix et Disney + occupent les premières positions mais sont concurrencés par les plateformes chinoises (tel que Tencent Video ou iQiyi) qui s'étendent désormais au-delà de la Chine continentale, en Asie du Sud-Est notamment. En 2021, Disney + devrait doubler sa base d'abonnés en Asie-Pacifique avec plus de 65 millions d'abonnés. Ainsi, Disney dépassera Netflix sur l'ensemble du continent mais les revenus générés par les deux offres sont différents du fait du positionnement low-cost de Disney +.

The Hollywood Reporter – Disney+ Projected to Expand Asia Subscriber Lead Over Netflix

Rapid TV News – Disney+, Netflix to take divergent growth paths in Asia in 2021

EN BREF.

ASIE DU SUD-EST | VIU | La plateforme sud-asiatique Viu revendique plus de 5,3 millions d'abonnés et 45 millions d'utilisateurs mensuels.

Rapid TV News – Viu hits 45MN MAU and racks up 5.3MN paid subscribers

CHINE | IQIYI | À l'occasion du nouvel an lunaire, la plateforme chinoise iQiyi a lancé le film *Shaolin Master* en Premium VOD.

PRNewsWire – iQIYI's Ultimate Online Cinema Section to Premiere "Shaolin Master" Through PVOD Mode, on First Day of Chinese New Year

INDE | L'Inde est le troisième plus grand marché de la vidéo à la demande dans le monde avec plus de 100 millions d'abonnés en 2020. Les services locaux ALTBalaji et Eros Now cherchent désormais à consolider leurs abonnés grâce à des partenariats avec des opérateurs de télécommunications. De nombreuses offres d'abonnements téléphoniques jouent ainsi un rôle d'agrégateur en proposant un pack de plusieurs offres SVOD. Si ces offres ont permis de développer le marché, elles ont également pour conséquence de rendre dépendantes les plateformes SVOD des telcos.

Rapid TV News – India leads in global content super-aggregation

Rapid TV News – Indian subs to drive Disney+ to surpass Netflix by 2026

EN BREF.

INDE | BOOKMYSHOW | Le géant indien de la billetterie en ligne lance son propre service TVOD avec un catalogue de plus de 600 films.

Variety - BookMyShow Launches India TVOD Service With 'Tenet,' 'Wonder Woman'

INDONÉSIE | Plusieurs pays asiatiques ont un potentiel important du fait de leur bassin de population. C'est notamment le cas de l'Indonésie, troisième marché le plus dense derrière la Chine et l'Inde, qui connaît une multiplication des abonnements à des offres de vidéo à la demande : le nombre d'abonnements aurait doublé au cours du dernier trimestre 2020, passant de 3,4 à 7 millions. L'une des spécificités du marché indonésien est la présence des géants américains (Netflix, Disney + Hotstar) mais aussi des plateformes chinoises (iQiyi, WeTV). L'offre Disney+ Hotstar compte plus de 2,5 millions d'abonnés en Indonésie, contre 1,5 million d'abonnés pour Viu et 850 000 pour Netflix.

Variety – Asia's Online Video Market Passes \$30 Billion as Paying Subscriptions Grow

Variety – Subscription Video Surging in Indonesia, Research Shows

Digital TV Europe – Disney+ Hotstar at considerable lead over Netflix and local competitors in Indonesia

EN BREF.

INDONÉSIE | KLIKFILM | La plateforme TVOD indonésienne du groupe Falcon Entertainment, Klik Film, a lancé 300 titres français en début d'année.

Variety – Indonesia's Falcon Pitches French Films to Expanding Online Audience

INDONÉSIE | LIONSGATE PLAY | Starz lance son service de vidéo à la demande Lionsgate Play en Indonésie.

The Hollywood Reporter – Starz to Launch Lionsgate Play in Indonesia

EUROPE

En dix ans, le marché européen de la VOD a connu une croissance exponentielle : de 388 millions d'euros en 2010, il représente désormais plus de 11,5 milliards d'euros en 2020 selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel. À lui seul, le marché de la SVOD représente plus de 80 % des revenus générés. Netflix est d'ailleurs la principale plateforme dans l'ensemble des pays européens, à l'exception de l'Autriche et de l'Allemagne où Amazon Prime Video domine. Pour autant, des plateformes locales parviennent à tirer leur épingle du

jeu dans certains territoires : à l'image de Viaplay dans les pays nordiques, de TIM Vision en Italie ou encore de Videoland aux Pays-Bas.

Observatoire Européen de l'Audiovisuel – Trends in the VOD market in EU28

The Hollywood Reporter – European Streaming Market Tops \$14 Billion, Netflix, Amazon Dominate

Rapid TV News – European VOD revenues increase 30-fold over last ten years

Digital TV Europe – EU VOD revenues at more than €11 billion in 2020

Digital TV Europe – AVOD explosion good news for European broadcasters who missed the SVOD boat

Broadband TV News – Pay-VOD revenues reach €3bn in Germany in 2020

EN BREF.

EUROPE | HAYU | La plateforme SVOD dédiée à la télé-réalité Haya, détenue par NBCUniversal, annonce son implantation dans 11 pays européens.

Rapid TV News – hayu launches in 11 additional countries in Europe

AUTRICHE | ZATOO | La plateforme OTT autrichienne Zattoo compte plus de 10 000 utilisateurs, trois mois après son lancement.

Broadband TV News – Zattoo gains over 10,000 users in Austria in first 3 months

ESPAGNE | ATRES PLAYER | Vodafone intègre la plateforme ATRESplayer à son offre.

Digital TV Europe – Vodafone Spain integrates Atresmedia premium SVOD offering

ESPAGNE | FILMIN | Référence européenne des plateformes de vidéo à la demande locales, Filmin a très largement bénéficié la crise sanitaire.

El País Semanal – Filmin: de cómo la pandemia multiplicó el éxito de la casa del cine exquisito

ESPAGNE | MOVISTAR+ | La plateforme SVOD de l'opérateur Telefonica, Movistar +, lance une application dédiée aux contenus « edutainment ».

Digital TV Europe – Movistar+ launches edutainment app

ESPAGNE | MOVISTAR+ | Preuve de l'attrait des productions originales et surtout locales pour les plateformes, les cinq séries les plus visionnées sur Movistar + en 2020 sont toutes des productions espagnoles : *Antidisturbios*, *La Linea Invisible*, *La Unidad* et *The Pier*.

Variety – Movistar Plus Originals Account for Top 5 Series in 2020 as Pay TV and SVOD Rule Spanish Fiction

ESPAGNE | SALA VIRTUAL DE CINE | Face à la fermeture des salles, le distributeur espagnol A Contracorriente a lancé sa propre plateforme TVOD, Sala Virtual de Cine.

Digital TV Europe – Spanish 'virtual cinema' TVOD service launches

ESPAGNE | UNIVERSAL + | NBCUniversal s'associe à Movistar + pour le lancement de sa plateforme Universal + réunissant les catalogues de 13^{ème} rue, Syfy et Dreamworks.

Digital TV Europe – NBCUniversal teams with Movistar+ to launch Universal+ and DreamWorks channel in Spain

RUSSIE | MEGOGO | La plateforme AVOD russe MEGOGO fait le choix d'une sortie salle de ses productions originales, en amont de la mise en ligne des films en vidéo à la demande. Megogo compterait près de 40 000 utilisateurs uniques chaque mois.

Ampere Analysis – VoD platform MEGOGO uses cinema-first strategy for original slate

TURQUIE | BLUTV | Discovery prend 35 % des parts de la plateforme SVOD turque BluTV.

Broadband TV News – Discovery invests in Turkish streamer BluTV

ROYAUME-UNI | Le *streaming* représente plus de 3,2 milliards de livres au Royaume-Uni en 2020, en augmentation de 25 % par rapport à 2019. Ce marché devrait poursuivre sa croissance dans les prochains mois avec le développement des offres AVOD notamment. Aujourd'hui, 8 britanniques sur 10 sont abonnés à une offre OTT, c'est plus que les abonnés à un bouquet de télévision payante.

Rapid TV News – Lockdown streaming drives UK entertainment sales to £9BN
Digital TV Europe – UK consumers switching on to ad-supported streaming
Rapid TV News – More than four-fifths of UK turn to streaming during lockdown

EN BREF.

ROYAUME-UNI | FREEVIEW | Les chaînes britanniques ITV, BBC, Channel 4 et Channel 5 s'associent autour d'une plateforme OTT unique, Freeview.

Informitv – British broadcasters consider consolidation

SUÈDE | Après un ralentissement au début d'année, le marché de la vidéo à la demande suédois a naturellement bénéficié de la crise sanitaire en 2020. 70 % des foyers équipés d'une télévision regardent désormais des contenus sur des plateformes en ligne. Près de 2,6 millions de foyer sont d'ailleurs abonnés à une offre par abonnement.

Broadband TV News – Swedish streaming market records 2020 record
Ampere Analysis – SVoD in the Nordics: Cost not impeding take-up of services

EN BREF.

SCANDINAVIE | VIAPLAY | La plateforme SVOD de NENT, Viaplay, revendique plus de 3 millions d'abonnements.

Digital TV Europe – NENT Group surpasses 3 million Viaplay subs, plans 2021 price hike

DENSIFICATION DU MARCHÉ. LES NOUVEAUX ENTRANTS.

DISCOVERY + ET LA STRATÉGIE DE LA MULTIPLICATION DES PARTENARIATS LOCAUX

Lancée le 1^{er} janvier 2021, Discovery + propose plus de 55 000 contenus issus des chaînes du groupe Discovery. Le modèle de la plateforme est hybride avec une offre purement SVOD à 6,99 \$ et une offre AVOD/SVOD à 4,99 \$. En lançant sa propre plateforme OTT, Discovery

prend le risque d'accélérer le *cord-cutting*, cannibalisant ainsi son offre de télévision payante. Pour autant, le marché potentiel de Discovery + est estimé à 70 millions de foyers aux États-

Unis et plus de 400 millions dans le monde. Fin février, Discovery + revendique d'ores et déjà 11 millions d'utilisateurs dans le monde.

Le lancement de la plateforme s'appuie sur un fort réseau de partenaires locaux. Aux États-Unis, une partie des abonnés à l'opérateur de télécommunications Verizon peuvent profiter gratuitement de l'offre pendant un an. Ailleurs dans le monde, Discovery + a multiplié les partenariats similaires avec Sky, StarzPlay, TIM ou Vodafone.

Variety – Discovery Plus to Debut to a World Still Stuck at Home, Yearning for Comfort TV

Variety – Discovery Eyes Market of 70 Million U.S. Subscribers for Discovery Plus Streaming Service

Digital TV Europe – Discovery announces global SVOD launch with goal to become 'the definitive product for unscripted storytelling'

Variety – Discovery Surpasses 11 Million Streaming Subscribers

Digital TV Europe – Discovery sets out SVOD stall with 12-country Vodafone partnership

Broadband TV News – Discovery faces decision: discovery+ or Joyn in Germany?

MENA.TV – Discovery Inc. partners with STARZPLAY to launch global product discovery+ in MENA

Digital TV Europe – discovery+ launches in Italy with TIM

Broadband TV News – 11m sign for Discovery+

HBO MAX AU CENTRE DE LA STRATÉGIE DE WARNER MEDIA

HBOMax, plateforme de WarnerMedia lancée en mai 2020, compterait plus de 37,7 millions d'abonnés aux États-Unis en décembre (contre 28,7 millions en septembre). Alors que HBO a annoncé la sortie directe sur HBOMax de son line-up 2021, la sortie de *Wonder Woman 1984* aurait permis à la plateforme de dépasser ses prévisions initiales. À noter que la plateforme de Warner paye l'absence de partenariat avec les opérateurs de télévisions connectées, Roku et Amazon Fire.

AT&T, maison mère de WarnerMedia, vise un objectif de 50 millions d'abonnés aux États-Unis d'ici 2025 et entre 75 et 90 millions dans le monde. Le lancement prochain de la plateforme en Amérique latine devrait consolider la croissance du nombre d'abonnés. Par ailleurs, l'offre SVOD de la plateforme devrait prochainement être complétée d'une offre publicitaire AVOD.

Digital TV Europe – HBO Max rebound boosts AT&T results

The Hollywood Reporter – HBO Max Reaches 37.7M, Including 17.2M "Activated," Subscribers

Variety – AT&T Q4: HBO Max Activations Double to 17.2 Million, Warner Bros. Revenue Declines 21%

Écran Total – HBO Max, pièce maîtresse de la stratégie de WarnerMedia

Variety – HBO Max Set For Latin America and Caribbean Launch in June, Europe Services to Get Upgraded

Deadline – WarnerMedia Unveils Ambitious Preschool And Kids Blocks On HBO Max, Cartoon Network; Preschool Slate To Reach 50 Originals By 2023

Digital TV Europe – The HBO Max cinematic experiment could finally justify the SVOD's top-tier price tag

PARAMOUNT +, NOUVELLE OFFRE DE VIACOMCBS

ViacomCBS a une double stratégie : vendre ses productions aux acteurs établis (Netflix, HBO Max, Peacock...) et développer sa propre plateforme de *streaming* pour distribuer ses contenus.

Dans le cadre du premier volet, CBS All Access est entièrement repensé en 2021 sous le nom de Paramount +, rejoignant ainsi la guerre du *streaming* menée par Disney + et Netflix. Jusqu'ici divisé (avec CBS All Access, Showtime Anytime, Pluto TV), l'offre de ViacomCBS a vocation à s'unifier au sein de Paramount+. Pluto TV, offre AVOD, devrait servir de tremplin pour convertir des utilisateurs gratuits en abonnés sur Paramount +. A l'image de l'ouverture d'une chaîne gratuite proposant les contenus Showtime sur Pluto TV.

L'équilibre est délicat pour ViacomCBS qui cherche à bâtir une offre de *streaming* globale tout en ménageant ses revenus issus de son offre de télévision linéaire. Alors que le *cord-cutting* s'accroît aux États-Unis, la vidéo à la demande ne peut plus rester un business secondaire. Au troisième trimestre 2020, les revenus de l'offre de vidéo à la demande de ViacomCBS représentaient seulement l'équivalent de 12% des revenus de la télévision linéaire. ViacomCBS est ainsi prise dans un jeu schizophrénique avec le nécessaire développement de son offre *streaming* tout en préservant ses abonnés linéaires, source historique de revenus.

Digiday – Change the channel: How ViacomCBS is managing the transition from linear TV to streaming
The Hollywood Reporter – Paramount+'s Pitch: Big Name Reboots, Spinoffs and Sequels
Variety – ViacomCBS Bets on Big-Tent Strategy for Streaming Growth With Paramount Plus
Le Film Français – ViacomCBS lance sa plateforme Paramount+ avec une offre pléthorique de films
The Hollywood Reporter – Paramount+ Draws Mixed Wall Street Outlook After Big Investor Day
Variety – Showtime Launches Free Pluto TV Channel, Hoping to Lure Paying Subscribers
Variety – Paramount Plus to Launch March 4 in U.S. and Latin America
CaféTech – Avec Pluto TV, le streaming gratuit tente de s'imposer en France
Screen Daily – Paramount+ launch to reduce theatrical window to 30-45 days

NETFLIX DÉPASSE LES 200 MILLIONS D'ABONNÉS

Les dernières données de nombre d'abonnés dévoilées par Netflix confirment la domination de la plateforme de Palo Alto sur la vidéo à la demande par abonnement. Fin 2020, Netflix compterait ainsi 203,4 millions d'abonnés dans le monde, soit 37 millions de plus en un an. Véritable plateforme mondiale, Netflix compte désormais 83 % de ses abonnés hors des États-Unis et du Canada. Selon Ampere Analysis, Netflix est devenu le deuxième groupe audiovisuel le plus important en Europe, après Comcast. Face à une concurrence grandissante, Netflix cherche désormais à consolider ses acquis en investissant davantage dans les productions originales.

Digital TV Europe – Netflix caps off record year with 200 million subscribers
Screen Daily – Netflix hits 200m global subscribers, expects to break even in 2021
Broadband TV News – New European milestone for Netflix
Écran Total – Peut-on encore lutter contre Netflix ?

PEACOCK, PLATEFORME HYBRIDE DE NBCUNIVERSAL

Selon Comcast / NBCUniversal, sa nouvelle plateforme de vidéo à la demande, Peacock, aurait dépassé les 33 millions d'abonnés fin 2020. La plateforme fonctionne sur un modèle hybride basé à la fois sur l'abonnement et la publicité. En 2021, les revenus issus des abonnements devraient représenter 407 millions de dollars contre 197 millions pour les revenus publicitaires. La fréquentation de l'offre de Comcast devrait augmenter encore davantage en 2021 avec la distribution exclusive de *The Office* mais aussi la diffusion des Jeux Olympiques de Tokyo aux États-Unis.

Digital TV Europe – 33 million flock to Peacock
Digital TV Europe – Peacock expected to hit 52 million subs by 2024
Variety – Comcast Q4 Boosted by Cable as NBCU Performance Slips Amid Pandemic

ROKU, DE L'OPÉRATEUR TUYAU À L'OPÉRATEUR DE CONTENU ?

Roku continue sa percée en Amérique du nord : de 13 millions d'utilisateurs en 2016, Roku en compte désormais 51 millions. Avec Amazon Fire TV (qui compte 50 millions d'utilisateurs), Roku est désormais l'une des principales portes d'entrée pour la consommation de contenus en *streaming* aux États-Unis. Dès lors, Roku est désormais un intermédiaire indispensable pour tous les nouveaux entrants du marché la vidéo à la demande en Amérique du nord. Discovery + a conclu un accord de distribution avec Roku, tout comme IMDb TV, plateforme AVOD d'Amazon.

Au-delà d'être un simple tuyau et intermédiaire technologique permettant d'accéder aux plateformes de vidéo à la demande, Roku cherche désormais à s'imposer dans le domaine des contenus. Ainsi, Roku a racheté l'intégralité du catalogue de la défunte plateforme de formats courts Quibi, pour alimenter en contenus sa propre chaîne AVOD « Roku Channel ».

Deadline – Roku Hits 51.2 Million Active Accounts, With Streaming Hours Surging 55% In 2020

Variety – Roku Beats Q4 Earnings Estimates With Record Revenue, Swings to Quarterly Profit

Variety – Roku Didn't Buy Quibi's Turnstyle Technology, Which Is Still Embroiled in a Legal Fight

Variety – Amazon's Free IMDb TV Streaming Service Launches on Roku Devices

Digital TV Europe – AVOD streamer Roku eyes more content deals after Quibi acquisitions

Variety – Roku Looks to Expand Original Content Slate After Buying Quibi Library

STAR, DÉPLOIEMENT DE LA NOUVELLE OFFRE DE DISNEY+

En un peu plus d'un an d'existence, Disney + a réussi à rassembler quelque 94,9 millions d'abonnés de par le monde selon les derniers chiffres de janvier : c'est 8 millions de plus qu'en décembre dernier. Tous services OTT confondus (Disney +, Hulu, ESPN +), Disney réunit 146,4 millions d'abonnés, soit une augmentation de 131 % en un an. Avec des revenus bien plus faibles que Netflix, l'un des enjeux pour Disney est désormais d'accroître son chiffre d'affaires : le prix de l'abonnement à Disney + augmentera ainsi de 1 \$ par mois fin mars (pour atteindre 7,99 \$ par mois).

Après le lancement de Disney + en novembre 2019, la firme lance le deuxième étage de sa fusée : Star. Disponible en Europe, au Canada et en Océanie (bientôt en Asie et en Amérique latine), Star vise à atteindre un public plus initié grâce au catalogue 20th Century, Searchlight et FX notamment, contrebalançant ainsi la cible purement familiale de Disney +. Pour l'heure, Star est disponible au tarif de 8,99 € par mois pour un catalogue initial de 75 séries et 300 films. Avec cette nouvelle offre, Disney vient directement concurrencer les abonnés de Netflix, et non plus chercher la complémentarité. Pour Disney, le déploiement de Star devrait permettre de consolider ses revenus moyens par utilisateurs (ARPU) en rehaussant les tarifs de son offre. Suffisamment rare pour être souligné, un géant de la VOD lance ici une offre mondiale partout sauf aux États-Unis. Disney a en effet choisi de ne pas proposer sa nouvelle offre Star aux États-Unis et de préserver sa plateforme historique Hulu.

Variety – Disney Plus Pops to 95 Million Paid Subscribers

Digital TV Europe – Disney+ set to surpass Netflix subscribers by 2026

Digital TV Europe – Disney+ launches Star hub with thousands of hours of shows and movies

Digital TV Europe – Disney+ reveals initial Star brand content offering

Screen Daily – Disney+ execs outline “exclusive streaming home” intent, plans for adult-focused Star

Variety – Disney Lifts Lid on Star: Exclusivity and Parental Control Keys to New Tile

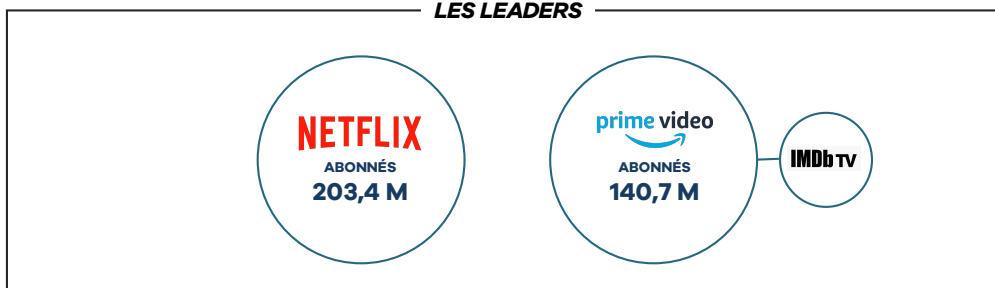
The Hollywood Reporter – Why Star Is Disney's Next Big Salvo in Its Streaming War With Netflix

The Verge – Star's launch means lots of new content for Disney Plus – but not in the US

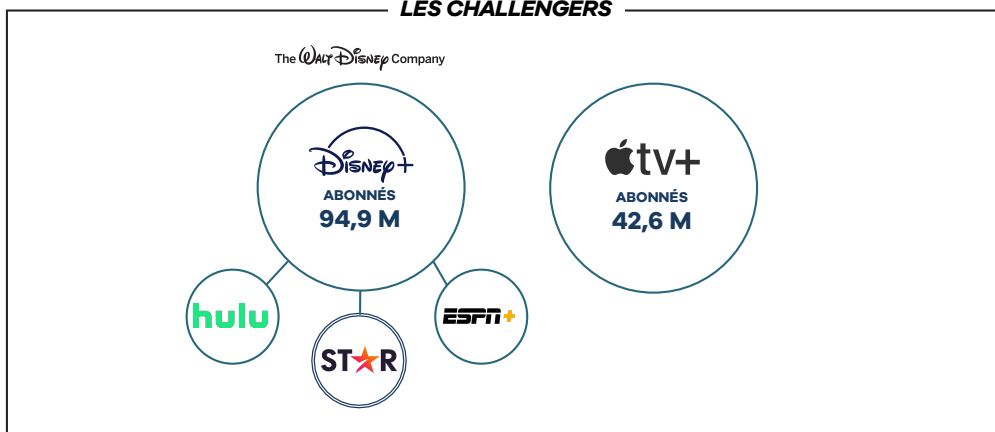
LA GUERRE DU STREAMING : LES PRINCIPAUX ACTEURS

○ PLATEFORME INSTALLÉE ○ NOUVELLE PLATEFORME ○ AVENIR EN SUSPENS

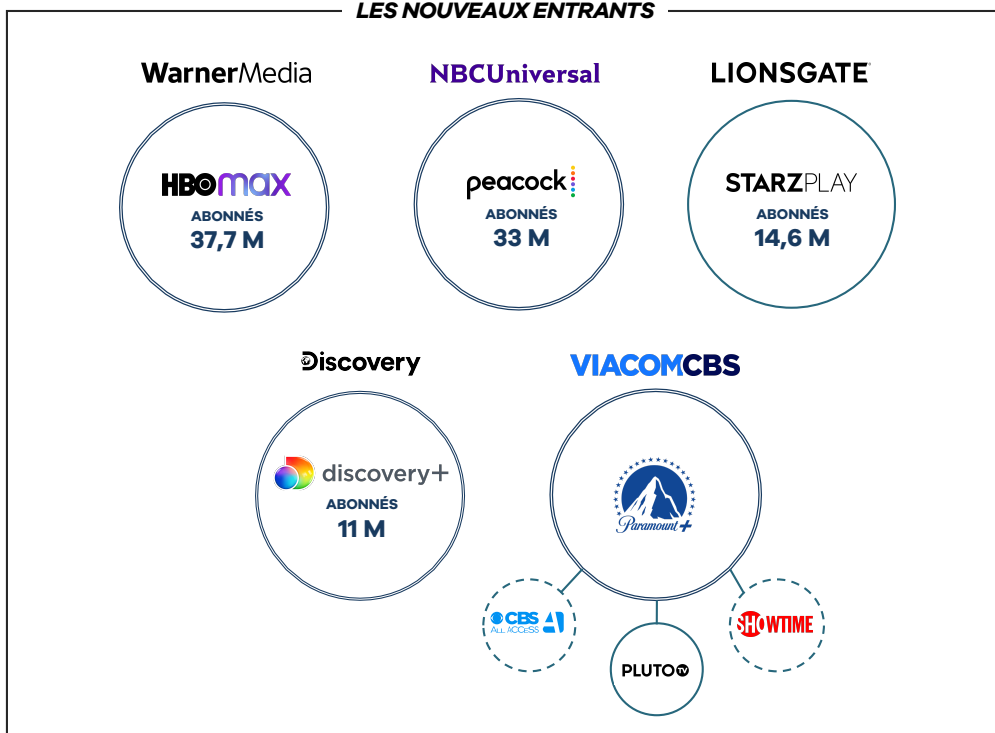
LES LEADERS



LES CHALLENGERS



LES NOUVEAUX ENTRANTS



CONTENUS. LA COURSE AUX PRODUCTIONS LOCALES.

La multiplication des plateformes de vidéo à la demande conduit chaque acteur à proposer un catalogue de contenu différenciant de ses concurrents. En 2020, les principaux acteurs de la SVOD ont cherché à élargir leur catalogue de séries comme de films.

La course aux contenus se traduit de deux manières : la production et l'acquisition d'œuvres originales (et exclusives) par les plateformes, l'agrégation d'œuvres au sein d'une même

offre. Ainsi, des acteurs locaux cherchent à distribuer d'autres plateformes et à constituer un « bundle » d'offres de vidéo à la demande : c'est par exemple le cas de GloboPlay au Brésil qui distribue Disney +.

Rapid TV News – Streaming services gain at licensed content's expense

SeñalNews – Empaquetamiento y volumen de contenidos, el foco streaming en América Latina

Surtout, les acteurs majeurs de la SVOD rivalisent en annonçant de nombreuses productions originales et surtout locales. Disney + a ainsi dévoilé ses dix premières productions originales européennes, consciente de la nécessité de développer une offre d'œuvres non-

anglophones face à sa croissance à l'international. En 2021, Netflix fait la promesse de la sortie d'un nouveau film chaque semaine sur sa plateforme. L'enjeu des contenus locaux pour Netflix est grand : après le succès de *La casa de papel*, la série française *Lupin* aurait été vue par près de 70 millions d'abonnés à Netflix. Au-delà des séries et films étatsuniens, les abonnés à Netflix sont également réceptifs aux œuvres en langue non anglaise : les séries

asiatiques sont par exemple de réels succès non seulement à l'échelle locale mais aussi globale. En Europe, comme en Asie, Netflix multiplie donc les annonces de productions de contenus originaux locaux. Une partie de la stratégie de localisation des principales plateformes SVOD réside également dans la création de studios de production in situ : Disney + installe un hub de production en Espagne, Netflix créer deux studios en Corée.

Screen Daily – Disney+ moves into European original production with 10 new commissions

Le Film Français – Disney+ dévoile ses premières commandes et acquisitions françaises

Financial Times – Disney turns to non-English drama as streaming service grows up

Señal News – Disney + contara con hub propio de producción audiovisual en España

Rapid TV News – Viewers say no other TV service comes close to Netflix in original films, shows

Variety – Netflix's Massive 2021 Film Slate Will Deliver New Movies Every Week This Year

Variety – 'Lupin' Will Be Seen By 70 Million Subscribers, Netflix Claims

Variety – East Asian Series Score Global Audiences on Netflix

Variety – Netflix Spain Unveils New Film Slate

The Hollywood Reporter – Netflix Expands South Korean Footprint, Leasing Two Production Facilities

Variety – Netflix to Spend \$500 Million on Korean Content This Year

Variety – Netflix on Track to Open Italy Hub, Plans to Double Down on Local Originals

SeñalNews – Amazon producirá más de 20 proyectos al año en México

Enfin, afin d'élargir leur public et de concurrencer la familiale Disney +, les plateformes SVOD cherchent toutes à étendre leur catalogue d'œuvres destinées au jeune public.

Variety – How Kids Television Became the Most Heated Front in the Streaming Wars

Indie Wire – Amazon Prime Video Direct and the Dystopian Decision to Stop Accepting Documentaries

RESTRUCTURATION & EXPÉRIMENTATIONS.

ARTE | En parallèle de sa chaîne TV linéaire et sa plateforme Arte.TV, la chaîne franco-allemande multiplie ses canaux de diffusion en ligne : YouTube, Instagram et maintenant Twitch.

L'ADN – Podcasts, YouTube et maintenant Twitch : comment ARTE a conquis le web

LA VIDÉO À LA DEMANDE LINÉAIRE, UN OXYMORE ?

DOCUBAY | La plateforme indienne dédiée aux documentaires met en place une offre linéaire en parallèle de son offre de vidéo à la demande.

Digital TV Europe – DocuBay launches linear feed

NETFLIX | Après une première expérimentation en France, Netflix étend son dispositif de lecture automatique et aléatoire à l'ensemble de ses abonnés. Par ailleurs, Netflix développe une technologie de téléchargement automatique algorithmique basée sur les préférences et habitudes de visionnage de ses abonnés.

Techcrunch – Netflix's 'Shuffle Play' feature will roll out to all users worldwide this year
Broadband TV News – Netflix launches automatic download function

ABONNEMENTS, TARIFS

AMAZON PRIME VIDEO | En Inde, Amazon Prime Video lance une offre low-cost dédiée à la consommation sur mobile.

Digital TV Europe – Amazon launches ultra low-cost mobile-only Prime Video plan in India

APPLE TV | La firme à la pomme prolonge la période d'essai de son offre Apple TV+ pour les détenteurs d'appareils Apple.

Broadband TV News – Apple extends Apple TV+ trial
Digital TV Europe – Apple gives refunds to paying TV+ subscribers following trial extension
Fierce Video – Apple TV+ still has 62% of subscribers on free promotions

ÉTATS-UNIS | Les plateformes SVOD devront désormais envoyer un mail de rappel avant le renouvellement automatique des abonnements.

The Streamable – Streaming Services Will Have to Send Reminder Before They Auto-Renew, Says New NY Law

HULU | La plateforme étatsunienne Hulu, détenue par Disney, va développer une offre spéciale pour les étudiants à 2\$ par mois.

Variety – Hulu Launches \$2 Monthly Streaming Plan for College Students

MONDE | Le taux de churn, ou taux d'attrition, reste la principale préoccupation des plateformes de vidéo à la demande, notamment des nouveaux entrants.

Los Angeles Times – How fast do you cancel streaming services? It's a problem for Hollywood

NETFLIX | La plateforme de Palo Alto a annoncé la hausse du tarif de son abonnement mensuel.

Forbes – Netflix Price Rises Are Just About To Bite
Digital TV Europe – Netflix announces UK price increase

PIRATAGE / RÉGULATION.

AFRIQUE | Une histoire du piratage en Afrique subsaharienne : des décodeurs crackés de Canal + au streaming et boîtiers IPTV.

[Jeune Afrique – Audiovisuel, musique : l'Afrique, terre de pirates ?](#)

ISRAËL | Une décision de justice contraint l'application de messagerie Telegram à bloquer les contenus piratés.

[Torrent Freak – Court Orders Telegram To Block Pirated Movies, TV Shows and Music](#)

INDE | Amazon accepte de modifier sa série *Tandav* suite aux controverses politiques.

[Variety – Controversial Amazon India Series 'Tandav' Will 'Implement Changes' After Political Brouhaha](#)

INDE | Le gouvernement indien publie un code éthique pour les plateformes numériques et de vidéo à la demande.

[Variety – India Publishes 'Digital Media Ethics Code' for Social Media and Streaming Platforms](#)

[Variety – Netflix, Amazon and Disney Adopt Self-Regulation Tool Kit as Indian Streamers Await Government Guidelines](#)

MONDE | Une étude révèle que la réduction des fenêtres de la chronologie des médias aux États-Unis augmenterait les revenus mais pas forcément le piratage.

[Torrent Freak – Research Shows that Shorter Movie Release Windows Boost Revenue, Not Piracy](#)

RUSSIE | L'accord contre le piratage signé en 2018 entre les principaux acteurs de la vidéo à la demande et du numérique est reconduit.

[Torrent Freak – Russia Anti-Piracy Agreement Renews, Moves Towards Expansion](#)

ROYAUME-UNI | En 2019, Netflix aurait payé 4,4 millions de dollars de taxes au Royaume-Uni, pour un chiffre d'affaires de 164 millions de dollars.

[Variety – Netflix Paid \\$4.3 Million Tax in the U.K. in 2019, Had Revenues of \\$164 Million](#)

MOUVEMENTS.

BLOCKBUSTER | Louise Stenberg remplace Casper Hald à la tête de la plateforme TVOD de l'opérateur danois TDC, Blockbuster.

Digital TV Europe – TDC names new head of Blockbuster VOD arm

BRITBOX | Reemah Sakaan devient responsable du développement international de la plateforme de la BBC et d'ITV, Britbox.

Variety – BBC and ITV Name BritBox International CEO

DISCOVERY | L'ancien responsable d'Hulu, Patrizio Spagnoletto devient responsable du marketing des activités *direct-to-consumer* de Discovery.

Digital TV Europe – Ex Hulu marketing boss in at Discovery

DISNEY + | Jessica Kam-Engle prend la tête des contenus et du développement de la plateforme en Asie-Pacifique.

Variety – Disney Appoints Jessica Kam-Engle to Head Content Development in Asia

HBOMAX | Christina Sulebakk devient responsable d'HBOMax en Europe, Moyen-Orient et Afrique.

Digital TV Europe – HBO Max EMEA chief Christina Sulebakk names key execs, with HBO Nordic and HBO España to be phased out

The Hollywood Reporter – HBO Combines Production, Business Affairs Units for TV and Streaming

Luis Duran, ex-responsable de la plateforme Shahid, prend la tête d'HBOMax en Amérique latine.

Television Business International – WarnerMedia's HBO Max hires exec from Mid-East streamer Shahid to lead in Lat Am

VIACOMCBS | Olivier Jollet est nommé responsable des activités *streaming* et mobile de ViacomCBS Networks International.

Variety – ViacomCBS Networks International Taps Olivier Jollet to Drive Streaming, Mobile Business Growth

Dan Fahy prend la tête des activités *streaming* au Royaume-Uni.

Broadband TV News – ViacomCBS Networks UK forms new streaming unit

NETFLIX | Maria Ferreras devient responsable du développement international de Netflix.

Broadband TV News – Netflix promotes Maria Ferreras

Pelin Distas est nommée directrice des contenus originaux en Turquie.

Variety – Netflix Turkey Originals Chief on Istanbul Office Launch and Shaping a Global-Facing Slate

PODCASTS.

Prensario Internacional – Disney Latin America: ‘Estamos en modo expansión con Direct-To-Consumer’

France Culture – Affaires Étrangères – Cinéma et géopolitique

Radio France International – Afrique Économie – L'Afrique se laisse séduire par la télévision en streaming

Variety – Brutally Honest Insights on a Wild Year in the Streaming Wars

PLUS D'INFORMATIONS SUR LES PLATEFORMES

QUENTIN DELEAU – quentin.deleau@unifrance.org

LÉO TISSEAU – leo.tisseau@unifrance.org

SUR TWITTER : @UFnum