



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Effets économiques du décret n°2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande

Synthèse des résultats d'une étude pour le CSA réalisée par l'IDATE en partenariat avec l'IFOP



Novembre 2016



www.csa.fr

Conseil supérieur de l'audiovisuel
Direction des études, des affaires économiques et de la prospective

Novembre 2016



Sommaire

Introduction	6
1. Etat des lieux de l'offre de services de VàD et VàDA disponible en France	7
1.1 Fonctionnement et caractéristiques des services de VàD et de VàDA	7
1.1.1 Caractéristiques économiques des services de VàD et de VàDA	7
1.1.2 Des logiques de consommation différentes selon les types de services	8
1.2 Développement des SMAD en France.....	8
1.2.1 Un développement plus lent qu'espéré.....	8
1.2.2 Identification des freins au développement	9
1.3 Relations entre les acteurs de la chaîne de distribution	10
1.3.1 Relations entre les ayants droit et les éditeurs.....	10
1.3.2 Relations entre les éditeurs et les distributeurs	11
2. Effets du décret sur l'exposition et le financement des œuvres	11
2.1 Exposition des œuvres.....	11
2.1.1 Exposition des œuvres sur la page d'accueil.....	11
2.1.2 Exposition des œuvres dans le catalogue	13
2.2 Contribution à la production cinématographique et audiovisuelle.....	14
2.2.1 Rappel des dispositions du décret.....	14
2.2.2 Effets de ces obligations.....	15
2.3 Comparaison avec d'autres marchés européens	16
2.3.1 Comparaison des niveaux d'obligation selon les pays	16
2.3.2 Composition de l'offre.....	17
2.3.3 Consommation	19
3. Scénarii d'évolution du marché à cinq ans	22
3.1 Scénario tendanciel à périmètre juridique constant.....	22
3.1.1 Evolution de la consommation de VàD et de VàDA	22
3.1.2 Evolution des recettes des services de VàD et de VàDA	22
3.1.3 Evolution des dépenses des services de VàD et de VàDA	23
3.2 Variantes de modifications du cadre législatif et réglementaire	24
3.2.1 Présentation de l'outil de modélisation	24
3.2.2 Extension du champ d'application du décret aux acteurs établis à l'étranger	24
3.2.3 Assouplissement des obligations d'exposition.....	26
3.2.4 Baisse de 50 % du taux des obligations de production	27
3.2.5 Abaissement du seuil de déclenchement des obligations	29
3.2.6 Modification de la chronologie des médias	31
3.2.7 Application d'un taux de TVA réduit sur les services de VàD et de VàDA.....	33
3.3 Analyse croisée des variations.....	33
Synthèse des effets de la modification des paramètres de l'environnement réglementaire et fiscal	35



Introduction

Dans le cadre de ses travaux et réflexions sur l'évolution du secteur audiovisuel, le Conseil a confié à l'IDATE, institut de l'audiovisuel et des télécommunications en Europe, la réalisation d'une étude sur les effets économiques du décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande (« décret SMAD »).

Le Conseil a ainsi demandé à l'IDATE de dresser un état des lieux de l'offre de services de vidéo à la demande à l'acte (VàD) et par abonnement (VàDA) disponibles en France, de leurs modèles économiques, de la consommation des œuvres cinématographiques et audiovisuelles sur ces services et des facteurs de cette consommation. Les services de télévision de rattrapage ne sont pas traités dans l'étude, dans la mesure où, compte tenu de leur lien direct avec la programmation de services linéaires et de leur gratuité pour les téléspectateurs dans la plupart des cas, ils répondent à des logiques d'offre et de consommation différentes des services de VàD et de VàDA payants et indépendants des services linéaires.

Ces travaux ont également eu pour objectif d'apprécier les effets des dispositions du décret SMAD au regard de la consommation de ces services, des relations entre les éditeurs et les ayants droit, et du développement des services légaux de VàD et de VàDA actifs en France, qu'ils soient établis en France ou à l'étranger.

Cette étude repose sur des entretiens avec des éditeurs et des ayants droit, une collecte de données auprès des services de VàD et de VàDA, une modélisation économique et des recherches documentaires permettant de comparer le marché français à d'autres marchés européens.

Elle s'appuie également sur les résultats d'une enquête menée par l'IFOP auprès d'un panel de 1 200 individus, qui analyse en détail les modes de consommation des services de VàD et de VàDA. Cette enquête met en lumière les freins et les moteurs à la consommation des services de VàD et de VàDA en France, à travers :

- l'identification des différences et des similitudes dans la consommation des deux types d'offres : profil des utilisateurs, fréquences d'utilisation, contenus les plus consommés, terminaux utilisés pour le visionnage, satisfaction des utilisateurs, etc. ;
- l'identification des éléments clefs du processus de décision d'achat de contenus audiovisuels sur ces services : prix, profondeur et contenu du catalogue, fonctionnalités, simplicité d'utilisation, etc.

Le présent document, qui constitue une synthèse des enseignements tirés de l'ensemble de ces travaux, ne préjuge en rien des positions du CSA. Il reprend d'abord des constats relatifs à l'offre disponible en France et aux modèles économiques des différents services de VàD et de VàDA (cf. section 1). Il analyse ensuite les effets du décret en matière d'exposition des œuvres audiovisuelles et cinématographiques sur les services de VàD et de VàDA et de financement des œuvres par ces services, notamment en comparant l'offre et le régime juridique français à ceux d'autres pays européens (cf. section 2). Enfin, il restitue les résultats d'un exercice de simulation sur l'évolution du marché à cinq ans, à partir d'un outil de modélisation développé par l'IDATE pour les besoins de l'étude. Autour d'un scénario tendanciel à périmètre juridique constant, sont présentées plusieurs variantes construites en modifiant un ou plusieurs paramètres du cadre juridique applicable aux SMAD (cf. section 3).



1. Etat des lieux de l'offre de services de VàD et VàDA disponible en France

Sont repris ici les principaux enseignements de l'étude concernant le fonctionnement et les caractéristiques des services de VàD et de VàDA actifs en France (1.1), le développement de l'offre en France par rapport à d'autres pays européens (1.2), et les relations entre les différents acteurs de la chaîne de valeur (1.3).

1.1 Fonctionnement et caractéristiques des services de VàD et de VàDA

Les services de VàD et VàDA constituent tous deux une offre payante de contenus audiovisuels à la demande. Néanmoins, ils se distinguent par leurs modèles économiques, les contenus disponibles et leurs modes de consommation.

1.1.1 Caractéristiques économiques des services de VàD et de VàDA

Le tableau ci-dessous recense les principales caractéristiques des services de VàD et de VàDA disponibles en France, en soulignant les similitudes et les différences entre les deux types de service.

Tableau 1 : Comparaison des caractéristiques des services de VàD et de VàDA

	VàD	VàDA
Modèle	Achat ou location à l'unité (les services de VàD proposent généralement les deux)	Abonnement donnant un accès illimité à un catalogue (dont les programmes sont parfois aussi disponibles à l'achat ou à la location à l'unité pour les non abonnés)
Marché	<ul style="list-style-type: none"> - Un marché atomisé : les cinq services les plus utilisés sont la VOD d'Orange, Canalplay VOD, My TF1 VOD, Google Play et iTunes* - Des services principalement généralistes et quelques offres spécialisées de cinéma (Universciné, Filmo TV) ou de documentaires (Vodeo) 	<ul style="list-style-type: none"> - Un marché concentré autour de deux offres : 52 % des abonnés utilisent Netflix, devant Canalplay (42 %) ; Videofutur arrive en troisième position (18%)* - Des services généralistes (Netflix, Canalplay, Zive) et des services thématiques (Filmo TV, Tfou Max)
Chronologie des médias pour les films	<ul style="list-style-type: none"> - 4 mois après la sortie en salles en France - Gel des droits pendant les fenêtres de droits en télévision 	<ul style="list-style-type: none"> - 36 mois après la sortie en salles en France
Contenu de l'offre	<ul style="list-style-type: none"> - Une majorité de contenus européens : 67 % en VàD à l'achat et 68 % en VàD locative - Des contenus anciens : 88 % des contenus disponibles en VàD à l'acte et 83 % en VàD locative ont plus d'un an (après leur sortie en salles ou leur première diffusion) - Pas de logique d'exclusivité : volonté d'avoir un catalogue le plus large possible 	<ul style="list-style-type: none"> - Une majorité de contenus européens (84 %) avec des disparités entre les services implantés en France et ceux établis à l'étranger - Des contenus anciens : 86 % des contenus ont plus d'un an (après leur sortie en salles ou leur première diffusion) - Recherches d'exclusivités comme levier de différenciation
Prix	Des prix homogènes : entre 3 et 5 euros pour la location de films ; entre 10 et 17 euros pour l'achat de films ; prix variables pour les séries	Des prix homogènes avec un prix pivot à 10 euros par mois pour les services généralistes
Présence selon les supports	<ul style="list-style-type: none"> - Tous sont présents sur internet (sites et applications mobiles) - Forte volonté d'être présents sur le téléviseur qui concentre l'essentiel de la consommation et sur lequel le nombre d'acteurs est limité 	

*chiffres issus du sondage IFOP



1.1.2 Des logiques de consommation différentes selon les types de services

Les modèles économiques respectifs des services de VàD et des services de VàDA n'impliquent pas le même engagement de la part de l'utilisateur : dans le premier cas, il paie pour un contenu précis tandis que dans le second cas, il paie pour avoir accès à un ensemble de contenus.

Tableau 2 : Comparaison des caractéristiques des consommateurs et de leurs modes de consommation des services de VàD et de VàDA

	Services de VàD	Services de VàDA
Profil des utilisateurs*	Age moyen ¹ : 40 ans	Age moyen : 34 ans
Intention du consommateur	Dans la majorité des cas, le consommateur sait ce qu'il veut regarder et passe rarement par la page d'accueil (sélection directement à partir d'un moteur de recherche)	Consommateur davantage ouvert à la découverte , qui se connecte directement au service sans nécessairement savoir ce qu'il va regarder (consommation proche de la télévision)
Conséquences sur la présentation des offres	- Peu de travail éditorial (sauf de mise en avant des nouveautés) - Peu de recommandations	- Importance du travail éditorial et des recommandations - Personnalisation de la page d'accueil - Renouvellement fréquent du catalogue pour rester attractif
Fréquence d'utilisation*	Un usage occasionnel : - 10 % des utilisateurs ont un usage hebdomadaire - 26 % ont un usage mensuel	Un usage fréquent : - 68 % des utilisateurs ont un usage hebdomadaire - 91 % ont un usage mensuel
Genres de contenus les plus consommés*	90 % des utilisateurs regardent des films au moins une fois par mois, devant les séries (58 %), les documentaires (55 %) et les programmes jeunesse (54 %).	Consommation équilibrée entre les films et les séries, avec un léger avantage pour les séries : 68 % des utilisateurs regardent des séries au moins une fois par semaine, devant le cinéma (61 %), la jeunesse (36 %) et les documentaires (26 %)
Supports de consommation*	80 % des utilisateurs utilisent le téléviseur , 70 % l'ordinateur, 47 % la tablette et 41 % le <i>smartphone</i>	79 % des utilisateurs utilisent le téléviseur, 79 % l'ordinateur, 73 % la tablette et 70 % le smartphone

*chiffres issus du sondage IFOP

1.2 Développement des SMAD en France

1.2.1 Un développement plus lent qu'espéré

D'après les résultats du sondage de l'IFOP, seulement 20 % des Français interrogés ont déjà utilisé au moins une fois un service de VàD à l'acte et 8 % sont actuellement abonnés à un service de VàDA. 4 % ont déjà été abonnés à une offre de VàDA, mais ont résilié leur abonnement.

¹ L'âge moyen de la population est de 46,5 ans.

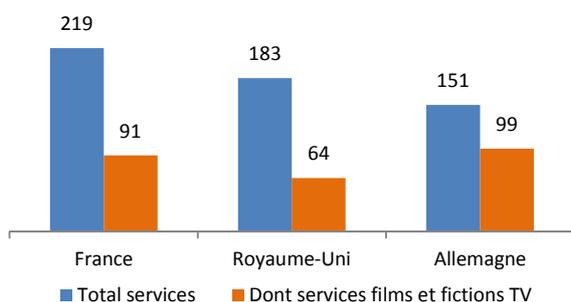


Par ailleurs, le sondage révèle que les trois quarts des abonnés à un service de VàDA sont aussi des utilisateurs de VàD à l'acte, et que les consommateurs de VàD et de VàDA sont des individus fortement intéressés par la télévision : 45 % des utilisateurs de VàD et 74 % des abonnés à un service de VàDA sont également abonnés à une offre de télévision payante, contre 33 % des Français.

Malgré un nombre élevé de services disponibles, le développement des SMAD en France est jugé comme faible voire décevant, en particulier en comparaison de son développement en Allemagne et au Royaume-Uni.

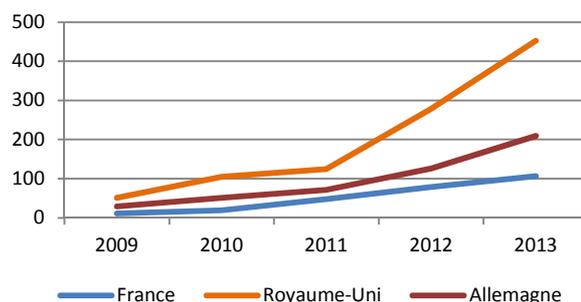
Figure 1 : Comparaison de l'évolution de la consommation de vidéos sur des supports physiques et sur des services de vidéo à la demande dans les trois principaux pays européens

Nombre de services de vidéo à la demande disponibles dans les 3 principaux pays européens



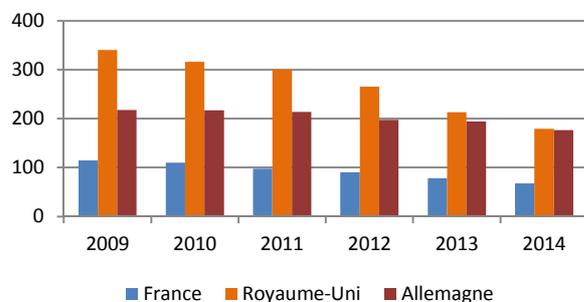
IDATE d'après Observatoire européen de l'audiovisuel, décembre 2015

Dépenses des consommateurs en films et séries TV sur Internet via des modes d'acquisition transactionnels ou par abonnement (en millions d'euros)



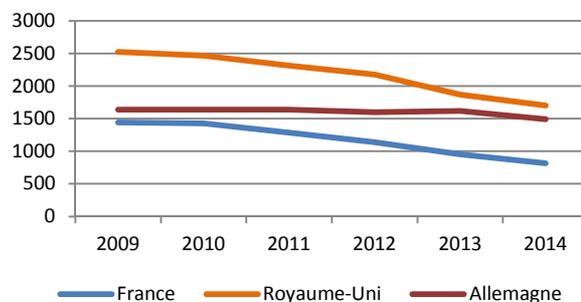
IDATE d'après IVF/IHS, IVF Yearbook 2014

Evolution du nombre de transactions physiques dans les 3 principaux pays européens (en millions)



IDATE d'après Observatoire européen de l'audiovisuel, décembre 2015

Chiffre d'affaires DVD et Blu-ray dans les 3 principaux pays européens (en millions d'euros)



IDATE d'après IHS, Observatoire européen de l'audiovisuel, 2015

1.2.2 Identification des freins au développement

Les travaux de l'IDATE et de l'IFOP ont mis en évidence plusieurs freins expliquant en partie ce faible développement des services de VàD et de VàDA en France, parmi lesquels :

- la faible propension à payer des utilisateurs : 43 % des non utilisateurs de services de VàD et de VàDA ne souhaitent pas consacrer un budget à ce type de services ;
- l'abondance de l'offre gratuite, linéaire et non linéaire, et notamment le succès de la télévision de rattrapage : 41 % des non utilisateurs de services de VàD et de VàDA estiment l'offre des éditeurs de chaînes gratuites suffisante ;
- l'abondance des films en télévision gratuite comme payante ;
- la faible disponibilité des services de VàD et de VàDA sur le téléviseur ;



- un manque d'attractivité lié à l'insuffisance de contenus récents : 20 % des anciens abonnés à un service de VàDA ont résilié leur abonnement car les programmes proposés étaient trop anciens.

Le niveau élevé du piratage a également été mis en avant par les professionnels du secteur comme l'un des facteurs du moindre développement du marché de la vidéo à la demande.

1.3 Relations entre les acteurs de la chaîne de distribution

1.3.1 Relations entre les ayants droit et les éditeurs

Modalités d'acquisition des droits pour les services de VàD

Le référencement des titres dans les catalogues des services de VàD découle d'accords signés entre les éditeurs et les ayants droit, dans la plupart des cas sur une base non exclusive. La rémunération des ayants droit s'effectue selon un modèle de partage de recettes. Des *minima* garantis peuvent être prévus contractuellement, notamment pour les films à succès. Dans ce cas, l'éditeur verse une somme forfaitaire à l'ayant droit pour pouvoir inclure un ou plusieurs titres dans son catalogue. Le partage de recettes s'applique uniquement dans le cas où les revenus provenant de l'exploitation de ces titres dépassent cette somme forfaitaire.

Cette pratique implique des investissements importants de la part des éditeurs pour acquérir les droits de films à succès. Les entretiens menés par l'IDATE ont fait apparaître que le montant du *minimum* garanti peut dépasser 300 000 euros pour les plus gros films à succès pour une période de droits de 15 ans, contre un montant de 10 000 euros à 50 000 euros pour les films moins importants. Ce type de négociations conduit aussi les éditeurs à promouvoir les contenus achetés à prix élevés pour rentabiliser leur acquisition, au détriment des films moins onéreux.

Les ayants droit perçoivent en moyenne entre 50 % et 70 % du montant hors taxe du prix de vente au public (achat ou location).

Modalités d'acquisition des droits pour les services de VàDA

Les éditeurs de services de VàDA acquièrent des contenus à des prix forfaitaires. Le montant des achats est indépendant de la consommation effective, sauf dans certains cas où une part variable, indexée sur le nombre d'abonnés au service, est négociée. La négociation d'une part fixe plus faible complétée par une part variable permet de ne pas pénaliser un service en phase de lancement, qui acquiert alors des titres moins chers mais qui reverse aux ayants droit une redevance mensuelle proratisée au nombre d'abonnés.

Il ressort des entretiens menés par l'IDATE que les droits sont généralement cédés pour des périodes allant de 3 à 24 mois, à des prix plus bas que ceux pratiqués en télévision. Les droits d'un film sont vendus entre 1 000 euros et 4 000 euros pour une période de 3 mois, et entre 3 000 euros et 10 000 euros pour une période de 12 à 24 mois en VàDA alors que les droits pour une diffusion sur une chaîne de la TNT sont vendus entre 25 000 euros et 30 000 euros.



1.3.2 Relations entre les éditeurs et les distributeurs

La plupart des services de VàD et VàDA sont accessibles sur internet depuis un ordinateur ou un terminal mobile. Ils sont moins nombreux à être disponibles sur l'écran de télévision, dans les offres gérées des distributeurs qui concentrent pourtant l'essentiel de la consommation des services de VàD et de VàDA et leur assurent une meilleure visibilité.

En effet, les distributeurs, notamment lorsqu'ils éditent eux-mêmes des SMAD, peuvent avoir intérêt à limiter l'accès à leur plateforme aux éditeurs de services de VàD ou de VàDA tiers. La reprise par le distributeur du service tiers dépend alors de la nature de ce service et de la stratégie du distributeur :

- certains services de VàD ou de VàDA participent à l'attractivité de l'offre et sont incontournables pour les distributeurs ;
- d'autres sont en concurrence trop directe avec les services édités par les distributeurs qui ne souhaitent pas leur donner accès à leur plateforme ;
- certains services de niche très thématiques ont un potentiel commercial trop limité pour attirer les distributeurs.

Par ailleurs, le distributeur peut accepter de reprendre un service sans pour autant reprendre l'intégralité de son catalogue.

Lorsqu'un distributeur décide d'intégrer un service de VàD ou de VàDA dans son offre, il peut assurer diverses prestations pour le compte de l'éditeur telles que la prise en charge des coûts techniques de diffusion, la gestion de la relation client, l'encaissement des recettes, la promotion du service, etc. En contrepartie de ces prestations, le distributeur perçoit une commission qui représente environ 30 % du chiffre d'affaires du service réalisé par son biais.

2. Effets du décret sur l'exposition et le financement des œuvres

L'IDATE a conduit une analyse des effets du décret sur l'exposition et le financement des œuvres audiovisuelles et cinématographiques par les SMAD, notamment en comparant l'offre et le régime français à ceux d'autres pays européens.

2.1 Exposition des œuvres

Le décret SMAD établit des obligations à l'égard des SMAD en matière d'exposition des œuvres européennes et d'expression originale française (EOF), afin d'en garantir la présence et la mise en valeur sur la page d'accueil des services et dans leur catalogue. Ces obligations s'appliquent aux SMAD dont le catalogue comporte au moins 20 œuvres cinématographiques ou 20 œuvres audiovisuelles.

2.1.1 Exposition des œuvres sur la page d'accueil

L'article 13 du décret dispose que « *sur leur page d'accueil, les éditeurs de services [de VàD et de VàDA] réservent à tout moment une proportion substantielle des œuvres, dont l'exposition est assurée autrement que par la seule mention du titre, à des œuvres européennes ou d'expression originale française, notamment par l'exposition de visuels et la mise à disposition de bandes annonces* ».

Le caractère « substantiel » n'étant pas clairement défini, cette disposition du décret paraît peu contraignante pour les éditeurs.



Sur la page d'accueil des services de VàD

Dans les faits, les services de VàD affichent des œuvres françaises et européennes de façon visible sur leur page d'accueil notamment dans la rubrique « nouveautés ».

Néanmoins, sur la plupart de ces services, la part des œuvres européennes et d'expression originale française visibles sur la partie supérieure des pages d'accueil semble moins importante que la part des œuvres américaines, à l'exception du service Universciné, consacré au cinéma indépendant, sur la page d'accueil duquel l'exposition des films français et européens est largement assurée.

Il ne semble pas y avoir de différences majeures dans la façon dont les œuvres européennes et EOF sont exposées entre les services transactionnels selon leur nature ou leur origine. Ainsi, la page d'accueil d'iTunes, non soumis au décret, met en avant les mêmes œuvres françaises et américaines que ses concurrents établis en France. Même sans contrainte réglementaire, la logique commerciale semble pousser les services implantés à l'étranger à promouvoir un certain nombre d'œuvres françaises.

Il convient de noter que le contenu de la page d'accueil d'un même service de VàD peut être différent selon qu'il est distribué sur internet ou par l'intermédiaire d'un distributeur, qui ne reprend pas nécessairement la totalité du catalogue des services. Ainsi, bien que cette situation n'exempte pas les SMAD de leurs obligations, il est parfois impossible pour les éditeurs des services distribués via un opérateur de réseaux de garantir dans les faits la même exposition des œuvres sur tous les supports sur lesquels ils sont diffusés.

Toutefois, l'impact réel des obligations d'exposition sur la consommation effective des contenus européens et EOF pose question, en particulier pour les services de vidéo à la demande à l'acte. Les éditeurs de services généralistes constatent que, sur internet, entre 70 % et 80 % des utilisateurs ne passent pas par la page d'accueil pour entrer dans le service. Ils arrivent directement sur l'œuvre qu'ils souhaitent visionner après avoir saisi son nom sur un moteur de recherche. Autrement dit, seule une minorité d'internautes voit effectivement le contenu des pages d'accueil et pourrait donc être influencée dans son choix par le contenu qui y est mis en avant.

Dans les offres des distributeurs sur réseaux gérés, les utilisateurs passent presque toujours par la page d'accueil du service², et sont donc exposés aux contenus mis en avant. Il est vraisemblable que la démarche de consommation est la même que sur internet, c'est-à-dire qu'une large majorité des utilisateurs décident à l'avance de l'œuvre qu'ils souhaitent consommer.

Sur la page d'accueil des services de VàDA

Sur la page d'accueil des services de VàDA généralistes, la présence des œuvres européennes et EOF est plus faible que sur les services de VàD, quelle que soit l'origine du service de VàDA.

Cette différence avec les services de VàD provient pour partie de la différence de mode de consommation des deux types de SMAD. Les consommateurs se laissant davantage guider dans leur consommation sur les services par abonnement que sur les services d'achat ou de location à l'acte, les services de VàDA sont ainsi davantage incités à mettre en avant sur leur page d'accueil les contenus les plus consommés, ceux pour lesquels ils ont fortement investis ou pour lesquels ils sont parties prenantes, comme les séries originales.

² Il existe quelques exceptions, comme le moteur de recherche de Numericable qui permet de lancer une recherche dans l'ensemble des catalogues disponibles.



Pour la VàDA, et contrairement à la VàD, l'éditorialisation et la personnalisation des services influent de manière plus importante sur la consommation des contenus. L'étude conduite par l'IFOP auprès de 137 abonnés à un service de VàDA fait apparaître que 79 % d'entre eux suivent « souvent » ou « de temps en temps » les recommandations faites par ces services³.

Dès lors, la question de l'exposition de la diversité sur les services de VàDA prend tout son sens : les consommateurs ne se portent pas spontanément sur des œuvres non exposées sur la page d'accueil.

2.1.2 Exposition des œuvres dans le catalogue

L'article 12 du décret SMAD dispose que : « à tout moment, les éditeurs de services réservent respectivement dans le nombre total d'œuvres cinématographiques de longue durée et audiovisuelles mises à disposition du public une part au moins égale à :

1° 60 % pour les œuvres européennes ;

2° 40 % pour les œuvres d'expression originale française ».

Concernant la part des œuvres européennes et EOF dans les catalogues, l'analyse de l'application effective du décret apparaît plutôt satisfaisante, bien que certaines disparités existent selon le type de services.

Les services de VàD

Les œuvres européennes et EOF bénéficient d'une très large présence dans les catalogues des services de VàD.

Le respect des obligations semble avoir une influence limitée sur la consommation effective des contenus sur les services de VàD, les consommateurs accédant majoritairement au contenu désiré directement depuis un moteur de recherche et n'explorant donc que peu le catalogue.

Ainsi, en 2014, selon les statistiques produites par GfK Consumer Choices pour le CNC, les films français représentaient 36,4 % du chiffre d'affaires issu de l'achat ou de la location de films et 34,9 % du volume de films consommés en VàD contre respectivement 54,3 % et 55,0 % pour les films américains.

Les services de VàDA

Pour les services de cinéma, le dynamisme de la production cinématographique nationale permet aux éditeurs d'accéder à un important catalogue de films français et de respecter ainsi les obligations. En effet, il convient de souligner la singularité de la France en matière de production et de consommation cinématographique. Bien qu'un certain nombre de pays européens connaissent sur la période très récente une progression rapide du nombre de films produits nationalement (en particulier l'Allemagne), la France est historiquement le pays européen dans lequel le volume de production cinématographique est le plus important. De ce fait, elle dispose d'un volume de films de catalogue supérieur à la moyenne des autres pays européens, permettant ainsi aux éditeurs de SMAD établis en France d'accéder à une abondante offre de films nationaux.

³ Le sondage de l'IFOP a été réalisé auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 1002 individus âgés de 15 ans et plus, auquel s'ajoutent 205 individus utilisateurs de services de VàD et de VàDA.



Pour les services généralistes, le principal ressort d'abonnement est la présence de séries attractives ou récentes. Or le volume de productions EOF de ce type de contenus est faible en comparaison à l'abondante production nord-américaine. Par voie de conséquence, le respect des quotas passe parfois par la mise à disposition de contenus moins attractifs, ne servant ni de moteur d'abonnement ou de fidélisation, ni de levier pour augmenter les tarifs.

Ces contenus moins attractifs peuvent au contraire être perçus comme « démodés » et n'incitent pas à l'achat, à la location ou à l'abonnement. Dans ce cas, le respect des obligations peut être perçu comme se faisant au détriment de la qualité du service.

Par ailleurs, dans la mesure où le décret n'opère pas de distinction selon la thématique des services, les obligations sont perçues comme empêchant l'édition de SMAD spécialisés sur des thématiques pour lesquelles des œuvres françaises n'existent pas, telles que les offres de cinéma asiatique. En ce sens, le décret peut constituer un frein à la création de certains services.

Dans la mesure où l'acquisition des droits des films commercialisés par les studios américains se fait dans le cadre d' « *output deals* » imposés par ces derniers, la nécessité de respecter les quotas d'exposition peut conduire certains éditeurs à ne pas exploiter l'ensemble de ces droits⁴.

Enfin, pour les éditeurs rencontrés dans le cadre de cette étude, l'obligation de respecter ces quotas « *à tout moment* » semble illusoire à garantir et à vérifier. Le contenu du catalogue changeant très fréquemment au gré des accords commerciaux et de la disponibilité effective des œuvres, l'application de cette obligation et son contrôle se révèlent en pratique complexes.

2.2 Contribution à la production cinématographique et audiovisuelle

Le décret impose aux SMAD des obligations d'investissements dans les œuvres cinématographiques et audiovisuelles, afin qu'ils contribuent au développement de la production d'œuvres européennes et EOF.

2.2.1 Rappel des dispositions du décret

Les obligations de production sont applicables aux SMAD qui réalisent un chiffre d'affaires annuel net supérieur à 10 millions d'euros. Les obligations de production de cinéma sont applicables aux services qui proposent au moins 10 œuvres cinématographiques par an. Les obligations de production audiovisuelle sont applicables aux services qui proposent au moins 10 œuvres audiovisuelles par an.

Services de VàD

Les obligations d'investissements dans la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles auxquelles sont soumis les services de VàD correspondent à un pourcentage du chiffre d'affaires du service.

⁴ Les « *output deals* » sont des contrats cadres qui permettent à un diffuseur de faire l'acquisition des droits de diffusion exclusifs des futures productions d'un studio. Sont également systématiquement intégrés dans l'accord des droits de diffusion portant sur des titres de catalogue, pouvant se compter en centaines de titres.



Tableau 3 : Taux des obligations d'investissements dans la production d'œuvres européennes et EOF des services de VàD

	Contribution à la production d'œuvres européennes	Contribution à la production d'œuvres EOF
Pourcentage du chiffre d'affaires résultant de l'exploitation d'œuvres cinématographiques	15 %	12 %
Pourcentage du chiffre d'affaires résultant de l'exploitation d'œuvres audiovisuelles	15 %	12 %

Services de VàDA

Les services de VàDA sont soumis à des obligations d'investissements dans la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles dont le niveau varie selon le délai de mise à disposition des films après la sortie en salles.

Tableau 4 : Taux des obligations d'investissements dans la production d'œuvres européennes et EOF des services de VàDA

	Contribution à la production d'œuvres européennes	Contribution à la production d'œuvres françaises
Avant 22 mois	26 %	22 %
Entre 22 mois et 36 mois	21 %	17 %
Après 36 mois	15 %	12 %

Les investissements respectifs dans les œuvres cinématographiques et dans les œuvres audiovisuelles sont réalisés en proportion de la part représentée par chacun de ces deux genres dans le téléchargement ou le visionnage total des œuvres par les utilisateurs du service au cours de l'exercice annuel précédent.

Les taux correspondant aux périodes antérieures à 36 mois sont actuellement théoriques puisque les accords sur la chronologie des médias ne permettent pas de proposer des œuvres sorties en salles il y a moins de 36 mois.

2.2.2 Effets de ces obligations

Selon l'IDATE, les effets du décret sur la contribution des SMAD au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles peuvent être remis en question pour plusieurs raisons.

En premier lieu, le nombre de services dépassant le seuil de déclenchement de 10 millions d'euros est très faible. En 2012, seuls trois services de VàD et un service de VàDA⁵ dépassaient ce seuil, sur les 124 services ayant adressé leur déclaration annuelle au CSA. Néanmoins, ces quatre services concentraient à eux seuls les trois quarts du chiffre d'affaires des éditeurs français en 2012.

⁵ CanalPlay VOD, Club Vidéo de SFR, Vidéo à la demande d'Orange et FilmoTV.



En second lieu, les éditeurs soumis aux obligations de production satisfont leurs obligations uniquement sous forme d'achats de droits. A ce stade, aucun éditeur établi en France ne s'est engagé dans la voie du préfinancement.

Le choix du préfinancement est fortement lié à celui de la recherche d'exclusivité. Or, cette démarche d'exclusivité ne correspond pas à la logique actuelle des services de VàD à l'acte. Il est donc peu probable que ces services aillent dans la voie du préfinancement à court et moyen termes. Cette voie serait plus naturelle pour les services de vidéo par abonnement, pour lesquels le contenu exclusif, en particulier les séries, est un axe fort de différenciation. Néanmoins, les faibles ressources des acteurs français et européens ne leur permettent pas à ce jour de financer un nombre important de titres exclusifs, et de renforcer significativement l'attractivité de leurs offres.

Il convient de préciser qu'en matière de financement de contenus, la stratégie des SMAD adossés à des groupes audiovisuels détenant des services linéaires ou des studios s'inscrit dans une approche globale de développement couvrant l'ensemble des activités du groupe. Ce type de stratégie, qui conduit à des arbitrages dans les investissements selon les services, diffère sensiblement de celles des « *pure players* » tels que Netflix, qui misent sur une seule offre.

En l'état actuel de sa rédaction et du fait des modes de consommation sur les SMAD, le décret ne semble pas en mesure de produire des effets visibles sur le préfinancement de la production audiovisuelle et cinématographique française et européenne. Si, comme le suggèrent certains représentants des ayants droit, l'abaissement des seuils de déclenchement et la mutualisation des déclarations peuvent contribuer à engendrer plus de retombées financières pour la production nationale et européenne, l'impact restera néanmoins faible et ne se traduira pas par plus de préfinancement.

2.3 Comparaison avec d'autres marchés européens

Il paraît difficile de mesurer avec précision l'impact spécifique du décret sur l'économie des SMAD établis en France. En effet, des paramètres extérieurs au cadre juridique sont susceptibles de contribuer à l'évolution de ce marché, dont le contexte macro-économique, les habitudes de consommation des utilisateurs, la pénétration des offres de télévision à péage traditionnelle, etc.

Il semble néanmoins intéressant de comparer le cadre réglementaire français à celui d'autres pays européens (Royaume-Uni, Allemagne, Italie et Espagne), et en particulier au cadre applicable dans deux pays européens hébergeant des services audiovisuels distribués dans d'autres pays européens (Pays-Bas et Luxembourg), et d'observer la façon dont le marché des SMAD a évolué dans ces pays.

2.3.1 Comparaison des niveaux d'obligation selon les pays

Selon l'article 13 de la directive 2007/65/CE dite « Services de médias audiovisuels » (SMA), « *Les États membres veillent à ce que les services de médias audiovisuels à la demande fournis par des fournisseurs de services de médias relevant de leur compétence promeuvent, lorsque cela est réalisable et par des moyens appropriés, la production d'œuvres européennes ainsi que l'accès à ces dernières. Cette promotion pourrait notamment se traduire par la contribution financière apportée par ces services à la production d'œuvres européennes et à l'acquisition de droits pour ces œuvres, ou la part et/ou la place importante réservée aux œuvres européennes dans le catalogue de programmes proposés par le service de médias audiovisuels à la demande* ».



L'Allemagne, le Luxembourg, les Pays-Bas et le Royaume-Uni ont opté pour une transposition *a minima* des dispositions applicables aux SMAD de la directive SMA, sans obligation chiffrée, comme la plupart des Etats membres de l'Union européenne (UE).

Seules l'Espagne, la France et l'Italie ont instauré des obligations chiffrées, concernant aussi bien l'exposition des œuvres européennes dans le catalogue des services que la contribution à la production. La France est le pays dans lequel les obligations sont les plus importantes : elles sont deux à trois fois plus élevées qu'en Espagne et en Italie.

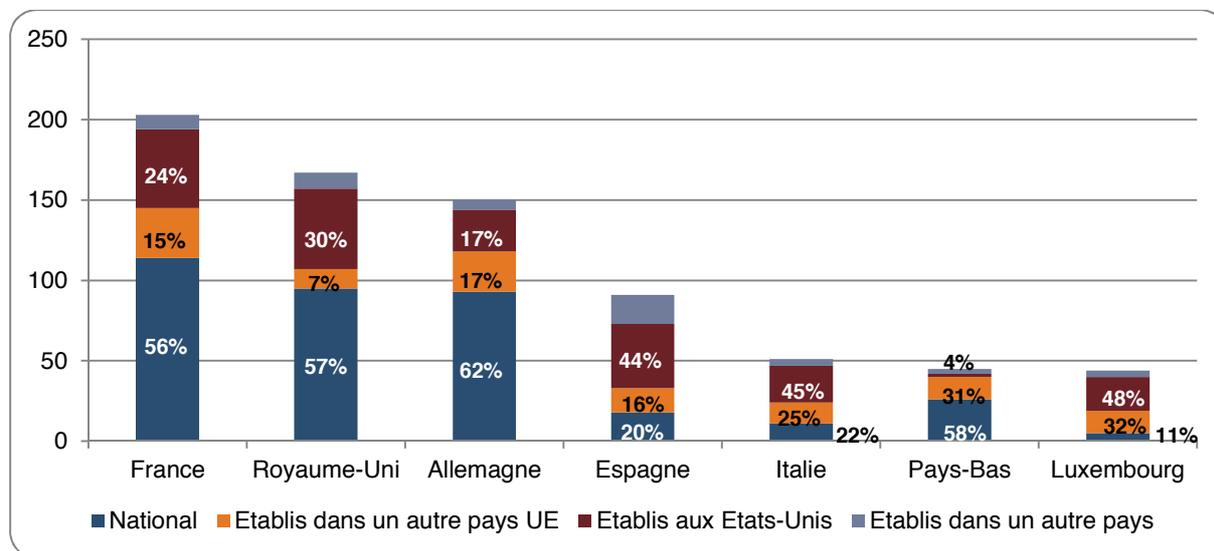
2.3.2 Composition de l'offre

Le nombre de services disponibles

En prenant comme indicateur le nombre de services de vidéo à la demande disponibles dans les pays européens cités précédemment, il ressort que la France est le pays dans lequel l'offre est la plus abondante avec 219 services disponibles en France à fin 2015, nettement devant le Royaume-Uni et l'Allemagne, avec respectivement 183 et 151 services accessibles. L'Italie arrive loin derrière avec 51 services disponibles, devant les Pays-Bas (45) et le Luxembourg (44)⁶.

Parmi l'ensemble des services disponibles en France, plus de la moitié correspond à des services établis dans le pays (56 %), soit une proportion équivalente à celle constatée au Royaume-Uni et aux Pays-Bas et légèrement inférieure à celle observée en Allemagne (62 %). En revanche, l'Italie, l'Espagne et le Luxembourg présentent des taux nettement inférieurs (inférieurs à 22 %).

Figure 2 : Comparaison du nombre de services de vidéo à la demande disponibles dans une sélection de pays de l'Union européenne, par pays d'établissement à fin 2015 (tous genres confondus – hors contenu adulte)



IDATE d'après Observatoire européen de l'audiovisuel, décembre 2015

Dès lors, les obligations ne freinent pas le développement du marché en nombre de services, les consommateurs français disposant de l'offre la plus importante, dont plus de la moitié est implantée en France.

⁶ Observatoire européen de l'audiovisuel, 2015



La part des œuvres européennes et nationales dans les catalogues

En ce qui concerne la composition des catalogues des services actifs en France, la part des œuvres européennes et nationales dans le catalogue des services établis en France est plus importante que celle observée sur des services établis en dehors du territoire français.

Ainsi, la comparaison de deux services de VàDA généralistes actifs sur le même marché, mais dont l'un est établi en France (Canalplay) et l'autre établi aux Pays-Bas (Netflix), fait apparaître que la proportion d'œuvres françaises sur Canalplay est très nettement supérieure à celle disponible sur Netflix :

- Sur le cinéma, qui représente environ 10 % du nombre d'œuvres disponibles sur les deux services, Canalplay affiche une part environ deux fois supérieure à celle observée sur Netflix, soit 35 % de films français sur Canalplay contre 17 % sur son homologue d'origine américaine, selon une analyse effectuée par l'Observatoire européen de l'audiovisuel sur le mois d'octobre 2015. Cependant, Netflix et Canalplay présentent un taux de films européens (hors cinéma français) équivalent (14 % sur Netflix contre 16 % sur Canalplay)⁷.
- S'agissant des séries, qui représentent plus de 40 % des titres proposés dans les deux cas, la différence entre les deux services est encore plus marquée : alors que Canalplay compte plus de 40 % d'épisodes français, on en dénombre moins de 5 % sur le catalogue Netflix en janvier 2016. Il convient de souligner que l'essentiel du volume de séries françaises sur Canalplay est constitué d'épisodes de *Plus Belle la vie* (1 300 épisodes au total)⁸.

A titre de comparaison, une publication commune récente de l'ANGA, Bitkom et eco⁹ donnait des estimations de la part d'œuvres allemandes sur quelques services majeurs disponibles en Allemagne :

- Maxdome, le service édité par le groupe audiovisuel privé ProSiebenSat.1, comptait moins de 20 % d'œuvres allemandes parmi une base d'environ 5 000 films. Selon cette publication, une partie importante du catalogue d'œuvres allemandes était constituée de téléfilms, de courts métrages et de documentaires. De plus, les films de cinéma allemands de moins de 5 ans étaient peu représentés sur le service. Parmi les 100 films les plus regardés, un seul était allemand (en 73^{ème} position). Ainsi, en l'absence de réglementation comparable à celle en vigueur en France, Maxdome, le principal service allemand, expose une proportion de films allemands bien inférieure à ce qui serait le cas pour un service établi en France.
- Le site DFilms proposait quant à lui plus de 4 000 titres allemands (longs métrages, courts métrages, documentaires, films expérimentaux, mais aussi téléfilms et séries TV).
- Sur la version allemande d'Amazon, moins de 10 % de films allemands figuraient parmi les 1 000 films les plus populaires du service, dont un nombre important de films pour enfants.
- Netflix compterait seulement une centaine d'œuvres allemandes disponibles sur le territoire national (cinéma et audiovisuel confondus), mais relativement récentes.

⁷ Observatoire européen de l'audiovisuel, *On-demand Audiovisual Markets In The European Union - Developments 2014 and 2015*, novembre 2015

⁸ IDATE

⁹ *Eine Evaluierung der Filmförderung im Rahmen des Filmförderungsgesetzes (FFG)*, ANGA (union allemande des câblo-opérateurs privés) Bitkom (German association for information technology, telecommunications and new media), eco (German association of the internet industry), juillet 2015.



La récente étude de l'Observatoire européen de l'audiovisuel¹⁰ montre que la France est le pays dans lequel la part du cinéma national, et plus généralement la part totale du cinéma européen, est la plus élevée dans les catalogues des éditeurs de services de VàD à l'acte et par abonnement, et ce quel que soit le lieu d'établissement du service considéré.

Il ressort également que ce sont sur les versions françaises d'iTunes et de Netflix que la part du cinéma national est la plus importante en comparaison avec les autres pays européens dans lesquels ces services sont présents.

Enfin, on constate qu'il existe dans un certain nombre de pays des services davantage tournés vers le cinéma européen et qui présentent des catalogues avec une très forte proportion d'œuvres nationales et/ou européennes, allant au-delà des éventuelles obligations réglementaires. C'est le cas par exemple d'Universciné en France avec seulement 29 % d'œuvres non européennes, de Curzon Home Cinema en Grande-Bretagne avec 35 % d'œuvres non européennes ou de Filmin en Espagne avec 39 % d'œuvres non européennes.

En conclusion, l'application des quotas d'exposition semble effectivement favoriser la présence d'œuvres nationales et européennes dans les services concernés. Il existe néanmoins un marché pour des services promouvant la diversité même en-dehors de ces quotas.

2.3.3 Consommation

La France est le pays européen dans lequel la progression des dépenses des consommateurs sur les services de vidéo à la demande est la plus faible depuis 2010.

D'après le cabinet IHS, avec un taux de croissance annuel moyen de 27 % entre 2010 et 2014, la France arrive loin derrière le Luxembourg (+154 %), l'Italie (+101 %) et l'Espagne (+90 %)¹¹.

De même, alors que les consommateurs allemands dépensaient en 2010 à peu près le même montant que les Français, leurs dépenses ont augmenté de 46 % en moyenne annuelle entre 2010 et 2014.

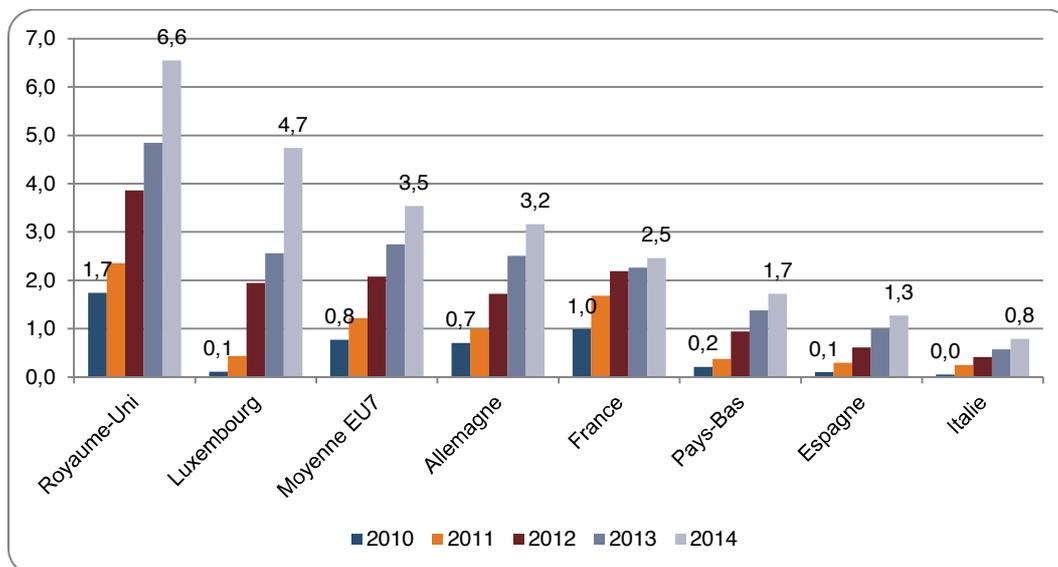
Le Royaume-Uni, déjà le premier marché en 2010, a conforté sa place sur la période avec des taux de croissance moyen de l'ordre de 40 %. Le marché britannique pesait ainsi en 2014 pratiquement 2,5 fois plus que le marché français.

¹⁰ Observatoire européen de l'audiovisuel, *On-demand Audiovisual Markets In The European Union - Developments 2014 and 2015*, novembre 2015

¹¹ Noter que les marchés espagnols et italiens partaient en 2010 d'un niveau très nettement inférieur à celui du marché français : les consommateurs français dépensaient 27,6 millions d'euros en 2010, quand leurs homologues espagnols ou italiens dépensaient moins de 2 millions d'euros.



Figure 3 : Evolution de la dépense moyenne en services de vidéo à la demande par foyer dans une sélection de pays européens (en euros, par foyer et par an)



IDATE d'après *Marché Mondial de l'Audiovisuel*, janvier 2016 et IHS

Les comparaisons précédentes entre les pays européens révèlent que la consommation de SMAD est généralement plus importante dans les pays sans obligation chiffrée.

Cependant, il paraît difficile de conclure que la mise en œuvre des obligations d'exposition et de production aurait un effet négatif sur la consommation de services de vidéo à la demande. D'autres facteurs, notamment liés aux habitudes culturelles et au contexte économique, ont une influence sur la consommation de ces services.

Par exemple, si l'on regarde les habitudes de consommation audiovisuelle en Espagne et en Italie, il ressort qu'au-delà des obligations chiffrées auxquelles sont soumis les SMAD dans ces pays, la propension à payer pour les services audiovisuels est traditionnellement faible :

- Le taux de pénétration de la télévision à péage y est deux fois inférieur à celui des grands marchés européens, et la dépense moyenne par foyer en abonnement à des services de télévision à péage y est nettement inférieure à la moyenne européenne.
- De la même façon, la consommation de DVD et Blu-ray est également moins élevée que dans les autres pays européens, en volume comme en valeur. Ainsi, un foyer espagnol consacre en moyenne 8,40 euros par an à l'achat et à la location de DVD et Blu-ray, tandis qu'un foyer italien dépense 8,80 euros par an. A titre de comparaison, un foyer allemand dépense 39,60 euros par an et un foyer britannique 66,20 euros par an. En Italie le nombre de transactions en location est plus élevé que le nombre d'actes d'achat.

De plus, il convient de rappeler que l'Italie et l'Espagne ont été particulièrement frappées par la crise économique mondiale : le PIB de l'Espagne a ainsi diminué entre 2010 et 2014 quand celui de l'Italie a quasiment stagné sur la même période, alors qu'il a progressé dans les autres pays. Sur cette même période, les dépenses des ménages en abonnement à la télévision à péage ont diminué dans les deux pays. Le taux de pénétration de la télévision payante a également baissé en Italie entre 2010 et 2014, passant de 40,1 % à 31,6 %, tandis qu'en Espagne, les abonnements sont repartis à la hausse en 2014 après avoir fortement baissé les années précédentes. Les dépenses dans les autres pays



européens ont quant à elles continué de progresser. Les dépenses en vidéo physique ont également fortement diminué en Espagne et en Italie, à l'image de la plupart des autres pays, bien que le Royaume-Uni et surtout l'Allemagne affichent des baisses moins importantes.

De la même façon, il ne semble pas non plus possible d'affirmer que l'absence d'obligation favorise le développement des services à la demande.

Ainsi, alors que les Pays-Bas se caractérisent par des revenus par foyer parmi les plus élevés en Union européenne, par un taux de pénétration de la télévision à péage parmi les plus élevés au monde (98,7 % en 2014), et par une présence plutôt importante de SMAD sur le territoire national rapportée à la population totale (1 service pour 169 000 foyers), les dépenses des foyers en services de vidéo à la demande (1,7 euro par foyer et par an) sont inférieures à celles observées en France et à peine plus élevées qu'en Espagne. Si la quasi-totalité de la population paie pour accéder à une offre de télévision, il ne s'agit pas d'abonnement « *premium* ». Les niveaux d'abonnement sont donc peu élevés (197 euros par foyer abonné et par an) en comparaison avec les pays de l'ouest et du sud de l'Europe. Les dépenses en vidéo physique sont également nettement inférieures à celles observées en Allemagne et au Royaume-Uni.

Le développement des SMAD semble ainsi trouver plusieurs facteurs explicatifs, dont l'existence d'obligations d'exposition et de production appliquées au SMAD n'est qu'un élément parmi d'autres.



3. Scénarii d'évolution du marché à cinq ans

A l'aide d'un outil de modélisation spécifique, l'IDATE a réalisé une évaluation prospective de l'évolution du marché sur une période de cinq ans, entre 2016 et 2021. Autour d'un scénario tendanciel à périmètre juridique constant¹², sont déclinées plusieurs variantes en modifiant les obligations du décret ou d'autres dispositions législatives ou réglementaires.

3.1 Scénario tendanciel à périmètre juridique constant

En l'état actuel du cadre juridique applicable aux services de VàD et de VàDA, et partant de l'hypothèse du maintien du nombre de services actuels, l'IDATE a établi des prévisions relatives à la consommation, aux recettes et aux dépenses de ces services.

Ce scénario consiste en une poursuite des tendances actuelles en matière de consommation, de structuration de l'offre, de pratiques commerciales et de niveau de prix.

3.1.1 Evolution de la consommation de VàD et de VàDA

Le volume des ventes de copies numériques d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles progresserait de 22,6 % par an en moyenne entre 2016 et 2021 pour atteindre 3,6 millions d'unités 2021 contre 1,3 million en 2016. La part de marché en volume des services édités par des sociétés établies en France devrait baisser et passer de 65,4 % en 2016 à 50,6 % en 2021.

Le nombre de transactions locatives devrait augmenter de 4,6 % par an pour atteindre 88,1 millions d'unités en 2021. La part de marché en volume des services édités par des sociétés établies en France déclinerait de 6,6 points.

Le nombre d'abonnements à un service de VàDA devrait s'élever à 6,3 millions en 2021. A cette date, le nombre d'abonnements à des services édités par des acteurs implantés à l'étranger atteindrait les 3,3 millions d'unités, pour une part de marché de 53,0 % sur le marché total de la VàDA en France (+8,6 points en cinq ans).

3.1.2 Evolution des recettes des services de VàD et de VàDA

Les recettes des services de VàD et de VàDA progresseraient de 12,2 % par an en moyenne entre 2016 et 2021 pour atteindre 909,9 millions d'euros en 2021 contre 512,5 millions d'euros en 2016.

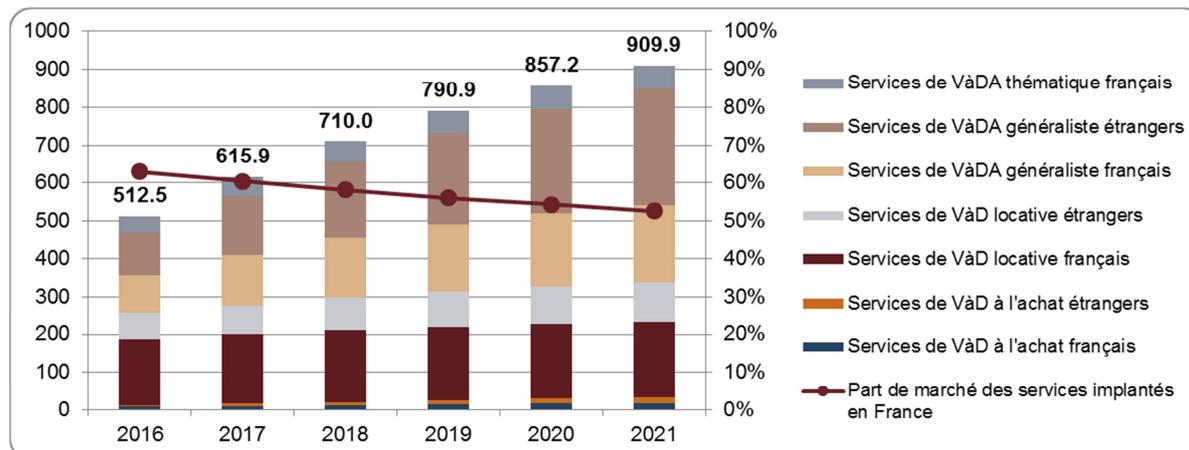
En 2021, Le chiffre d'affaires issu des abonnements représenterait 62,8 % des recettes totales des services de VàD et de VàDA devant les recettes tirées de la location (33,4 %) et de la vente de copies numériques (3,8 %).

La part de marché en valeur des services édités par des sociétés françaises serait alors de 52,7 % contre 63,0 % en 2016 (-10,3 points).

¹² L'IDATE fait l'hypothèse que ces tendances seront constantes et linéaires.



Figure 4 : Prévisions d'évolution des recettes des éditeurs de SMAD payants par segment et de la part de marché des éditeurs de services implantés en France entre 2016 et 2021 en l'état actuel de la réglementation et de la fiscalité applicables aux SMAD (en millions d'euros ; en pourcentage)



IDATE, 2016

3.1.3 Evolution des dépenses des services de VàD et de VàDA

Dépenses dans les œuvres cinématographiques

Les dépenses des éditeurs de VàD et de VàDA en acquisition de droits de films de cinéma produits dans l'Union européenne, incluant les films EOF, s'élèveraient à 85,5 millions d'euros en 2021, en progression de 14,5 % par rapport à 2016.

Les versements des éditeurs de services de VàD locative à l'acte aux ayants droit représenteraient toujours la majorité des dépenses des éditeurs de SMAD payants en droits d'exploitation de films de cinéma (57,7 %), devant les dépenses des éditeurs de services de VàDA et loin devant celles des éditeurs de services de VàD à l'achat (respectivement 37 % et 5,3 %).

En 2021, les éditeurs français contribueraient à hauteur de 83,9 % des dépenses des éditeurs de SMAD en droits de films de cinéma, en recul de 4,1 points par rapport à 2016.

Dépenses dans les œuvres audiovisuelles

Les dépenses des éditeurs de services de médias audiovisuels en acquisition de droits d'œuvres audiovisuelles produites dans l'un des pays de l'Union européenne, incluant les œuvres EOF, s'élèveraient à 85,9 millions euros en 2021, en progression de 5,7 % par rapport à 2016.

Les dépenses des éditeurs de services de VàDA contribueraient pour près des trois-quarts de ce financement (73,1 %), loin devant les versements des éditeurs de services de VàD locative à l'acte (24,6 %) et ceux des éditeurs de services de VàD à l'achat (2,3 %).



3.2 Variantes de modifications du cadre législatif et réglementaire

3.2.1 Présentation de l'outil de modélisation

Notamment à la lumière des entretiens qui ont pu être menés, l'IDATE a produit un modèle dynamique permettant d'estimer les effets isolés et combinés des variations de plusieurs paramètres de l'environnement réglementaire et fiscal :

- l'élargissement du nombre de SMAD soumis au cadre réglementaire français, du fait de l'extension aux services établis à l'étranger des obligations d'exposition et d'investissement dans la production d'œuvres européennes et EOF;
- l'abaissement des obligations d'exposition des contenus d'origine européenne et EOF ;
- la modification des obligations d'investissement dans la production cinématographique et audiovisuelle d'œuvres européennes et EOF ;
- l'abaissement des seuils de déclenchement des obligations d'investissement ;
- l'agrégation des obligations des entreprises éditant plusieurs SMAD : dans ce cas, l'assiette de calcul des obligations serait basée sur le total des chiffres d'affaires des services cumulés sans possibilité de bénéficier du seuil minimal de déclenchement des obligations pour chaque service ;
- la modification de la chronologie des médias selon trois modalités alternatives : l'avancée de la fenêtre de la VàD à l'achat jusqu'à trois mois après la sortie des films en salles de cinéma, la suppression des périodes de gels des droits des films en VàD locative à l'acte pendant leur diffusion à la télévision linéaire, et l'avancée de la fenêtre de la VàDA de 36 mois à 24 mois et 12 mois après la sortie des films en salles ;
- l'application d'un taux de TVA réduit aux offres payantes de vidéo à la demande.

Dans les simulations présentées ci-dessous, l'impact de chaque paramètre est d'abord analysé de manière isolée, l'IDATE ne faisant varier qu'un paramètre à la fois. L'IDATE propose ensuite deux scénarii résultant de l'association de plusieurs variantes. Il s'agit ici d'un exercice théorique qui ne prend pas en compte le degré de faisabilité des évolutions envisagées pour construire ces scénarii.

Les prévisions sont réalisées sur la période 2016-2021. L'ensemble des variations sont simulées en considérant que les modifications du cadre réglementaire et fiscal prendraient effet au 1^{er} janvier 2017.

En outre, les résultats présentés et les conclusions émises sont restreints au champ des services de vidéo à la demande payants, pris indépendamment du reste de l'industrie audiovisuelle. Ainsi, certaines variations favorables au développement du marché des SMAD payants peuvent produire des effets externes, positifs et négatifs, sur l'ensemble du secteur audiovisuel, qui ne sont pas analysés ici.

3.2.2 Extension du champ d'application du décret aux acteurs établis à l'étranger

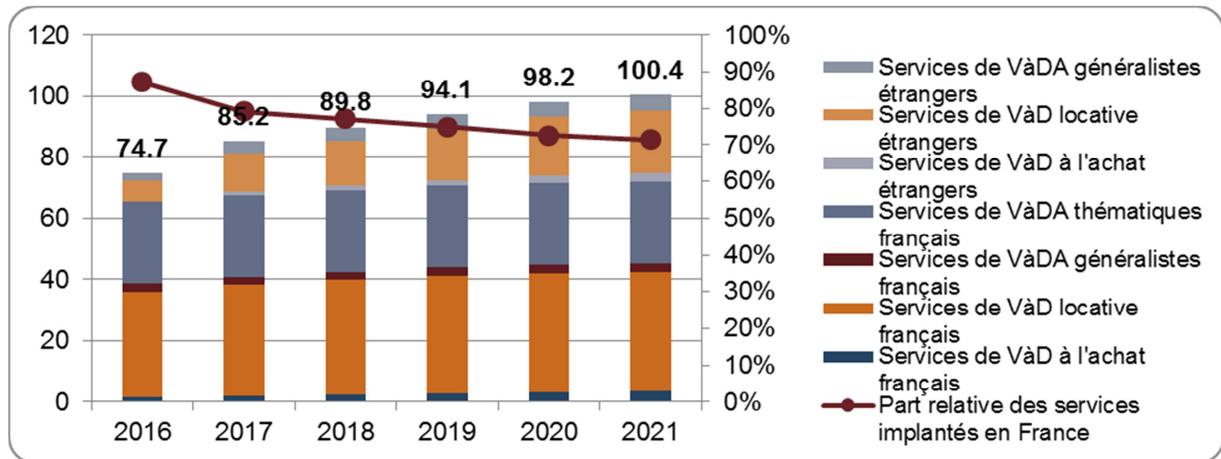
L'application des obligations d'exposition et d'investissement aux services établis à l'étranger augmenterait significativement le montant des dépenses des éditeurs de SMAD en droits d'exploitation d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles européennes et EOF.

L'IDATE estime que les dépenses des éditeurs de VàD et de VàDA dans les œuvres cinématographiques et audiovisuelles en 2021 seraient supérieures respectivement de 17,4 % et 32,1 % aux dépenses prévues dans le scénario tendanciel (100,4 millions d'euros contre 85,5 millions d'euros pour les œuvres cinématographiques et 113,5 millions d'euros contre 85,9 millions d'euros pour les œuvres audiovisuelles).



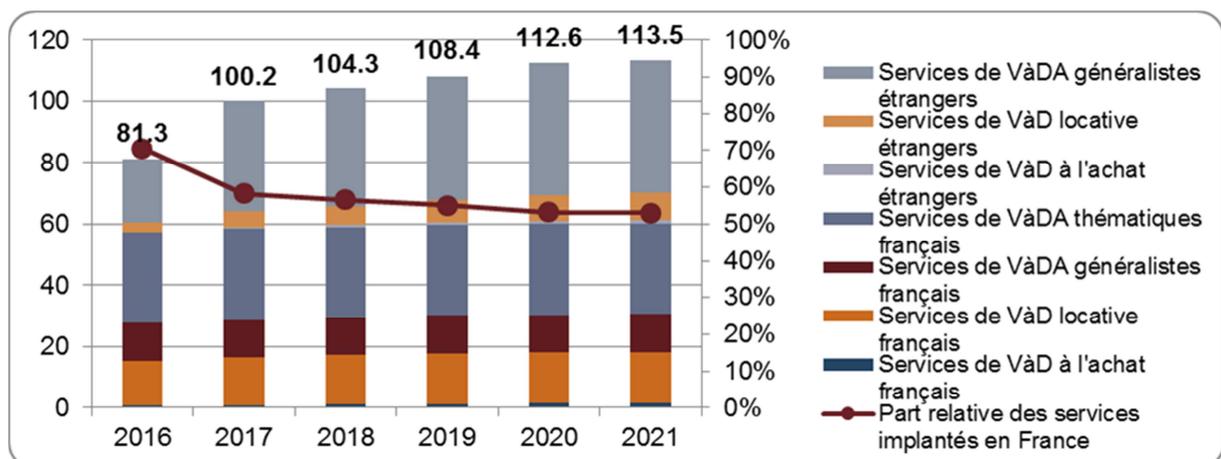
L'impact de cette modification s'avère particulièrement fort sur les investissements dans les œuvres audiovisuelles européennes dont EOF, puisque leur croissance sur la période 2016-2021 serait multipliée par 7 par rapport à leur progression anticipée à cadre réglementaire constant (+39,6 % contre +5,7 % dans le scénario tendanciel). Les dépenses en droits de films de cinéma EOF et européens, quant à elles, croîtraient deux fois plus (+34,4 % contre +14,5 % dans le scénario tendanciel).

Figure 5 : Prévisions d'évolution des dépenses des éditeurs de SMAD payants en droits d'œuvres cinématographiques européennes dont EOF par segment et de la part relative des éditeurs de services implantés en France entre 2016 et 2021 après extension du périmètre des SMAD (en millions d'euros ; en pourcentage)



IDATE, 2016

Figure 6 : Prévisions d'évolution des dépenses des éditeurs de SMAD payants en droits d'œuvres audiovisuelles européennes dont EOF par segment et de la part relative des éditeurs de services implantés en France entre 2016 et 2021 après extension du périmètre des SMAD (en millions d'euros ; en pourcentage)



IDATE, 2016



3.2.3 Assouplissement des obligations d'exposition

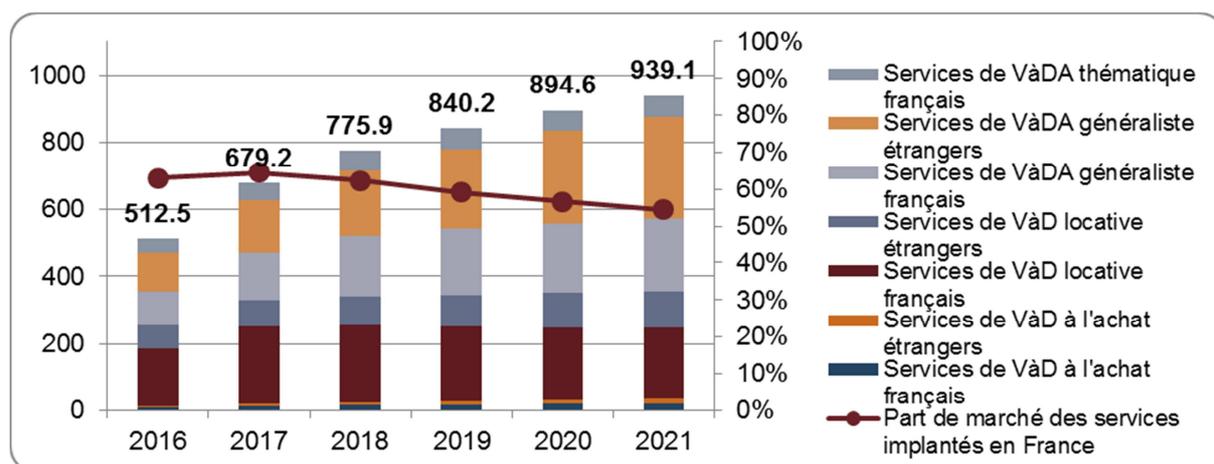
L'assouplissement des obligations d'exposition permettrait potentiellement aux éditeurs de services de vidéo à la demande payants français d'inclure dans leur catalogue une quantité supérieure de titres américains, qui parviennent généralement à capter un public plus important¹³.

Il en résulterait un gain d'attractivité pour ces offres, qui se traduirait par une progression de la consommation et des recettes de la vidéo à la demande payante, mais qui induirait un recul des investissements des éditeurs dans l'achat de droits d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles EOF et européennes.

Selon l'IDATE, avec une baisse de 50 % du niveau des obligations d'exposition des œuvres européennes et EOF, le nombre total d'actes d'achat et de transactions locatives sur les services nationaux serait supérieur de respectivement 100 000 et 4,6 millions d'unités en 2021 par rapport au scénario tendanciel, tandis que le nombre total de souscriptions à un service de VàDA implanté en France excéderait les prévisions à cadre réglementaire constant d'environ 114 000 abonnements en 2021. Cette progression de la consommation se traduirait par un supplément de recettes de 29,2 millions d'euros pour les services de VàD et de VàDA en 2021 (939,1 millions d'euros contre 909,9 millions d'euros dans le scénario tendanciel).

L'IDATE estime le manque à gagner pour les ayants droit à 34,1 millions d'euros sur le segment du cinéma (51,4 millions d'euros contre 85,5 millions d'euros dans le scénario tendanciel) et 29,3 millions d'euros sur celui des œuvres audiovisuelles en 2021 (56,6 millions d'euros contre 85,9 millions d'euros dans le scénario tendanciel).

Figure 7 : Prévisions d'évolution des recettes des éditeurs de SMAD payants par segment et de la part de marché des éditeurs de services implantés en France entre 2016 et 2021 après modification des obligations d'exposition (en millions d'euros ; en pourcentage)

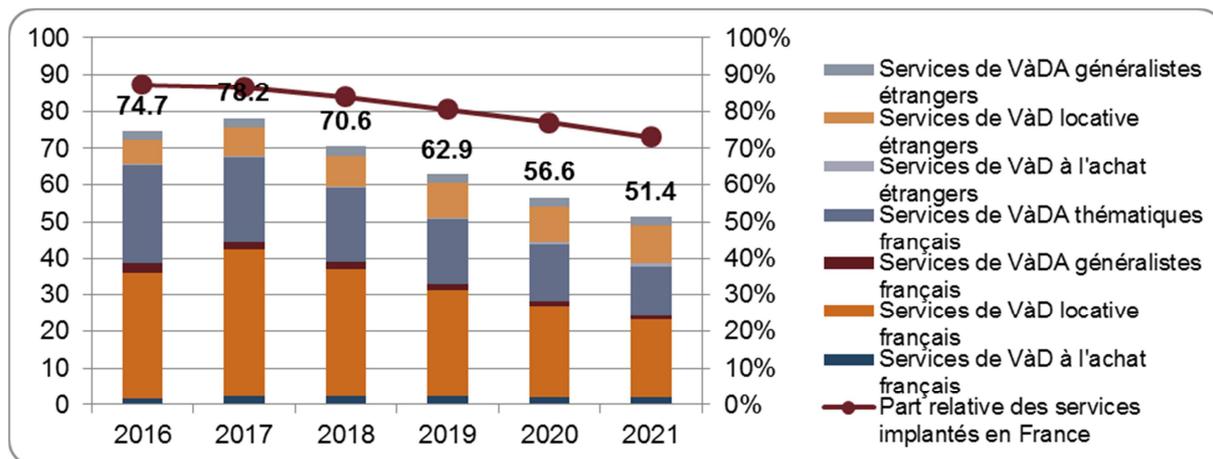


IDATE, 2016

¹³ Cette hypothèse s'appuie sur l'observation des parts de marché du cinéma américain, français et européens en salles et sur le marché de la vidéo physique et dématérialisée. En ce qui concerne la vidéo à la demande à l'acte, l'IDATE s'appuie sur le différentiel d'attractivité entre les films européens et EOF et les films d'autres origines, incluant principalement des productions nord-américaines, sur les données de consommation des titres en vidéo physique fournies par le CNC (Baromètre de la vidéo physique). Afin d'éviter les variations annuelles, l'IDATE a utilisé des moyennes arithmétiques calculées sur la base des résultats des années 2013, 2014 et 2015. Pour la VàDA, le différentiel d'attractivité consiste dans le rapport entre les taux de croissance pour l'année 2015 des parcs d'abonnés de CanalPlay d'une part, qui est implanté en France et qui est donc soumis aux obligations d'exposition en matière d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles EOF et européennes, et de Netflix qui propose une très grande majorité de contenus nord-américains.

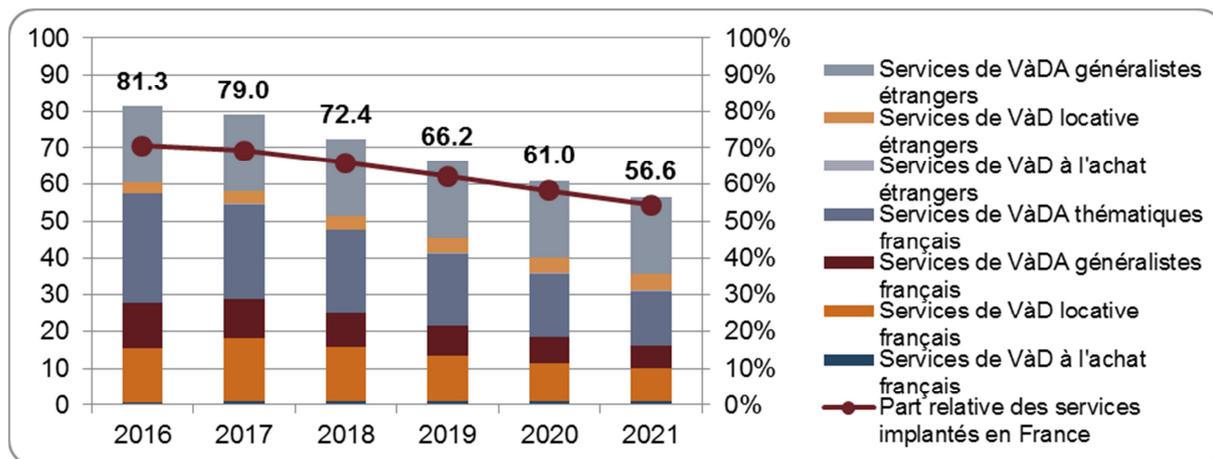


Figure 8 : Prévisions d'évolution des dépenses des éditeurs de SMAD payants en droits d'œuvres cinématographiques par segment et de la part relative des éditeurs de services implantés en France entre 2016 et 2021 après modification des obligations d'exposition (en millions d'euros ; en pourcentage)



IDATE, 2016

Figure 9 : Prévisions d'évolution des dépenses des éditeurs de SMAD payants en droits d'œuvres audiovisuelles par segment et de la part relative des éditeurs de services implantés en France entre 2016 et 2021 après modification des obligations d'exposition (en millions d'euros ; en pourcentage)



IDATE, 2016

3.2.4 Baisse de 50 % du taux des obligations de production

Actuellement, les obligations d'investissement auxquelles sont soumis les services de VàD et de VàDA sont couvertes par les dépenses des éditeurs de SMAD français en acquisition de droits de films de cinéma et d'œuvres audiovisuelles sur le marché secondaire : les pratiques de préachat sont presque inexistantes.

Dans le scénario tendanciel, le montant des obligations d'investissement excède les dépenses nécessaires en achats de droits sur le marché secondaire : les éditeurs de services soumis au décret SMAD sont contraints d'augmenter artificiellement leurs dépenses sur le marché secondaire pour remplir leurs obligations. Ainsi, seuls les éditeurs de services de VàDA généralistes français devraient



augmenter leur dépenses en œuvres audiovisuelles EOF dès 2018 et à compter de 2019 pour la production audiovisuelle européenne.

Une réduction de moitié des taux des obligations d'investissements aboutirait à ce que le montant des obligations soit inférieur aux dépenses nécessaires pour les éditeurs de services de VàDA généralistes français, et n'inciterait pas ces derniers à augmenter leurs dépenses.

Tableau 5 : Prévisions d'évolution comparée des obligations d'investissement des éditeurs de services de VàDA généralistes établis en France et de leurs investissements en droits de contenus EOF et européens entre 2016 et 2021 en l'état de la réglementation et de la fiscalité applicables aux SMAD (scénario tendanciel ; en millions d'euros)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Films de cinéma UE dont EOF						
Montant théorique des obligations d'investissement dans la production de films de cinéma UE dont EOF	0,611	0,882	1,218	1,556	1,873	2,158
Montant investi dans l'achat de droits de films de cinéma UE dont EOF	2,536	2,536	2,536	2,536	2,536	2,536
Films de cinéma EOF						
Montant théorique des obligations d'investissement dans la production de films de cinéma EOF	0,489	0,705	0,975	1,245	1,499	1,726
Montant investi dans l'achat de droits de films de cinéma EOF	1,691	1,691	1,691	1,691	1,691	1,691
Œuvres audiovisuelles UE dont EOF						
Montant théorique des obligations d'investissement dans la production d'œuvres audiovisuelles UE dont EOF	5,208	7,516	10,383	13,265	15,969	18,391
Montant investi dans l'achat de droits d'œuvres audiovisuelles UE dont EOF	12,351	12,351	12,351	12,351	12,351	12,351
Œuvres audiovisuelles EOF						
Montant théorique des obligations d'investissement dans la production d'œuvres audiovisuelles EOF	4,167	6,013	8,307	10,612	12,775	14,713
Montant investi dans l'achat de droits d'œuvres audiovisuelles EOF	8,234	8,234	8,234	8,234	8,234	8,234

IDATE, 2016

Tableau 6 : Prévisions d'évolution comparée des obligations d'investissement des éditeurs de services de VàDA généralistes établis en France et de leurs investissements en droits de contenus EOF et européens entre 2016 et 2021 après une baisse de 50 % des taux des obligations d'investissement (en millions d'euros)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Films de cinéma UE dont EOF						
Montant théorique des obligations d'investissement dans la production de films de cinéma UE dont EOF	0,611	0,441	0,609	0,778	0,937	1,079
Montant investi dans l'achat de droits de films de cinéma UE dont EOF	2,536	2,536	2,536	2,536	2,536	2,536
Films de cinéma EOF						
Montant théorique des obligations d'investissement dans la production de films de cinéma EOF	0,489	0,353	0,487	0,622	0,749	0,863
Montant investi dans l'achat de droits de films de cinéma EOF	1,691	1,691	1,691	1,691	1,691	1,691
Œuvres audiovisuelles UE dont EOF						
Montant théorique des obligations d'investissement dans la production d'œuvres audiovisuelles UE dont EOF	5,208	3,758	5,192	6,632	7,984	9,196
Montant investi dans l'achat de droits d'œuvres audiovisuelles UE dont EOF	12,351	12,351	12,351	12,351	12,351	12,351
Œuvres audiovisuelles EOF						
Montant théorique des obligations d'investissement dans la production d'œuvres audiovisuelles EOF	4,167	3,006	4,153	5,306	6,387	7,356
Montant investi dans l'achat de droits d'œuvres audiovisuelles EOF	8,234	8,234	8,234	8,234	8,234	8,234

IDATE, 2016



3.2.5 Abaissement du seuil de déclenchement des obligations

L'abaissement des seuils de déclenchement des obligations d'investissement et l'agrégation des déclarations poursuivent le même objectif : augmenter le nombre de services soumis à ces obligations et, par voie de conséquence, accroître les dépenses des éditeurs implantés en France.

Les impacts de ces variables sont très limités compte tenu de la forte concentration des marchés de la VàD et de la VàDA, et par voie de conséquence des recettes. Si les seuils de déclenchement étaient supprimés, ce qui représente un cas extrême, les dépenses des éditeurs de SMAD payants sur le marché secondaire continueraient de couvrir les obligations d'investissement à l'exception notable des services de VàDA généralistes qui devraient augmenter leurs investissements en programmes plus fortement qu'en l'état actuel de la réglementation.

L'impact de l'agrégation des déclarations est similaire mais encore plus faible.



Tableau 7 : Prévisions d'évolution des investissements potentiels des éditeurs de services de VàDA généralistes établis en France dans la production audiovisuelle entre 2016 et 2021 après suppression des seuils de déclenchement (en millions d'euros)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Films de cinéma UE dont EOF						
Montant théorique des obligations d'investissement dans la production de films de cinéma UE dont EOF	0.611	0.923	1.336	1.787	2.253	2.717
Montant investi dans l'achat de droits de films de cinéma UE dont EOF	2,536	2,536	2,536	2,536	2,536	2,536
Films de cinéma EOF						
Montant théorique des obligations d'investissement dans la production de films de cinéma EOF	0,489	0,705	0,975	1,245	1,499	1,726
Montant investi dans l'achat de droits de films de cinéma EOF	1,691	1,691	1,691	1,691	1,691	1,691
Œuvres audiovisuelles UE dont EOF						
Montant théorique des obligations d'investissement dans la production d'œuvres audiovisuelles UE dont EOF	5.208	7.871	11.386	15.232	19.202	23.158
Montant investi dans l'achat de droits d'œuvres audiovisuelles UE dont EOF	12,351	12,351	12,351	12,351	12,351	12,351
Œuvres audiovisuelles EOF						
Montant théorique des obligations d'investissement dans la production d'œuvres audiovisuelles EOF	4.167	6.296	9.109	12.186	15.361	18.526
Montant investi dans l'achat de droits d'œuvres audiovisuelles EOF	8,234	8,234	8,234	8,234	8,234	8,234

IDATE, 2016

Tableau 8 : Prévisions d'évolution des investissements potentiels des éditeurs de services de VàDA généralistes établis en France dans la production audiovisuelle entre 2016 et 2021 après agrégation des déclarations (en millions d'euros)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Films de cinéma UE dont EOF						
Montant théorique des obligations d'investissement dans la production de films de cinéma UE dont EOF	0.611	0.911	1.287	1.671	2.035	2.362
Montant investi dans l'achat de droits de films de cinéma UE dont EOF	2,536	2,536	2,536	2,536	2,536	2,536
Films de cinéma EOF						
Montant théorique des obligations d'investissement dans la production de films de cinéma EOF	0.489	0.729	1.030	1.337	1.628	1.890
Montant investi dans l'achat de droits de films de cinéma EOF	1,691	1,691	1,691	1,691	1,691	1,691
Œuvres audiovisuelles UE dont EOF						
Montant théorique des obligations d'investissement dans la production d'œuvres audiovisuelles UE dont EOF	5.208	7.764	10.974	14.246	17.344	20.134
Montant investi dans l'achat de droits d'œuvres audiovisuelles UE dont EOF	12,351	12,351	12,351	12,351	12,351	12,351
Œuvres audiovisuelles EOF						
Montant théorique des obligations d'investissement dans la production d'œuvres audiovisuelles EOF	4.167	6.211	8.779	11.397	13.876	16.107
Montant investi dans l'achat de droits d'œuvres audiovisuelles EOF	8,234	8,234	8,234	8,234	8,234	8,234

IDATE, 2016



3.2.6 Modification de la chronologie des médias

L'IDATE a simulé isolément trois scénarii de modification de la chronologie des médias :

- l'avancement de la fenêtre de VàD à l'achat à trois mois après la sortie d'un film en salles au lieu de quatre mois ;
- la suppression de la période de gel des droits en VàD locative pendant les fenêtres de diffusion sur les chaînes de télévision linéaires ;
- l'alignement de la fenêtre de la VàDA avec celle de la seconde ou de la première fenêtre de diffusion sur la télévision payante, respectivement fixées à 24 et 12 mois après la sortie des films en salles de cinéma.

- L'avancement de la fenêtre de VàD à l'achat

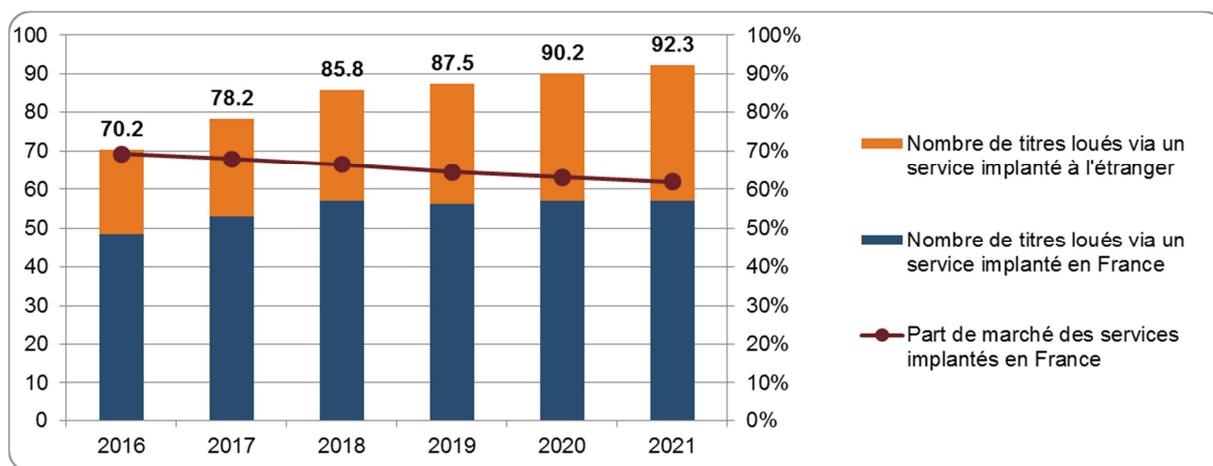
Une avancée de la fenêtre de la VàD à l'achat d'un mois aurait un impact mineur sur l'augmentation des ventes. Selon le modèle de prévisions produit par l'IDATE, l'écart ne serait que de l'ordre de 33 000 transactions supplémentaires en 2021 par rapport au scénario tendanciel, pour un gain total de 311 000 euros.

- La suppression des périodes de gel

Les effets de la suppression du gel des droits en VàD locative sont plus importants. L'IDATE estime que le volume des locations à l'acte serait 4,7 % plus élevé en 2021 qu'il ne le serait dans le cadre du scénario tendanciel (92,3 millions de titres consommés contre 88,1 millions dans le scénario tendanciel), pour des recettes supérieures de 14,2 millions d'euros cette même année.

L'évolution de la part de marché des éditeurs implantés en France ne devrait pas être affectée.

Figure 10 : Prévisions d'évolution du volume de titres consommés en location et de la part de marché des éditeurs de services implantés en France entre 2016 et 2021 après suppression des périodes de gel pendant les diffusions télévisuelles (en millions d'euros ; en pourcentage)



IDATE, 2016

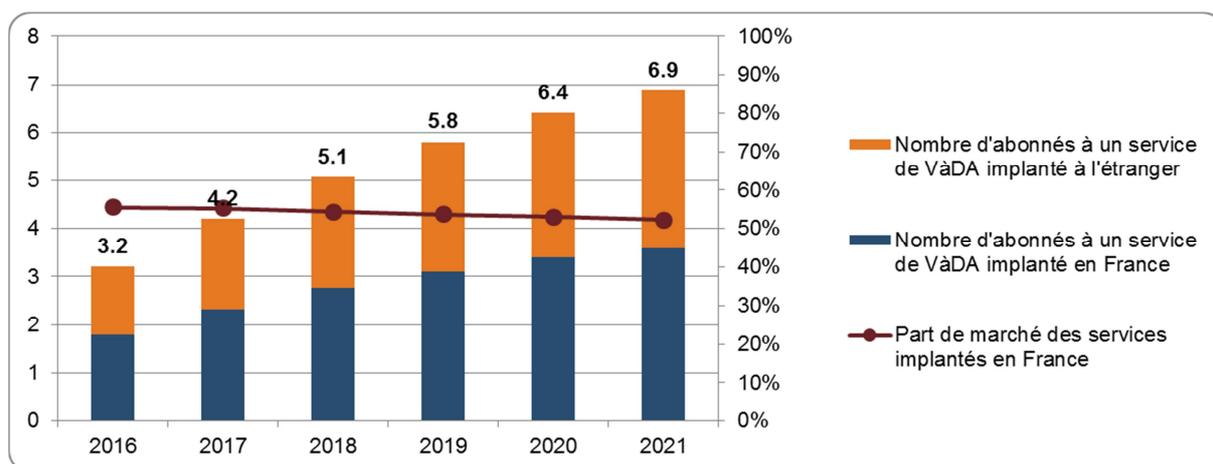


- L'avancement de la fenêtre de la VàDA

L'alignement de la fenêtre de la VàDA sur celle de la télévision payante « *premium* » à 12 mois¹⁴ aurait deux conséquences majeures :

- Un gain d'attractivité des offres, principalement françaises, qui se traduirait en 2021 par un parc composé d'environ 557 000 abonnés supplémentaires par rapport au scénario tendanciel (6,9 millions contre 6,3 millions dans le scénario tendanciel) qui induirait un surplus de recettes à hauteur de 46,0 millions d'euros en 2021.
- Une augmentation des dépenses des éditeurs de services de VàDA en films de cinéma imputable au prix plus important des droits des titres 12 mois après leur sortie en salles. L'IDATE estime que la plus-value pour les ayants droit par rapport au scénario tendanciel s'élèverait à près de 22,9 millions d'euros en 2021 pour les films européens dont les films EOF et à 13,2 millions d'euros pour les seuls films EOF.

Figure 11 : Prévisions de l'évolution du nombre d'abonnements à un service de VàDA et de la part de marché des éditeurs de services implantés en France entre 2016 et 2021 en cas d'alignement de la fenêtre de la VàDA sur celle de la 1ère fenêtre de télévision payante (en millions ; en pourcentage)



IDATE, 2016

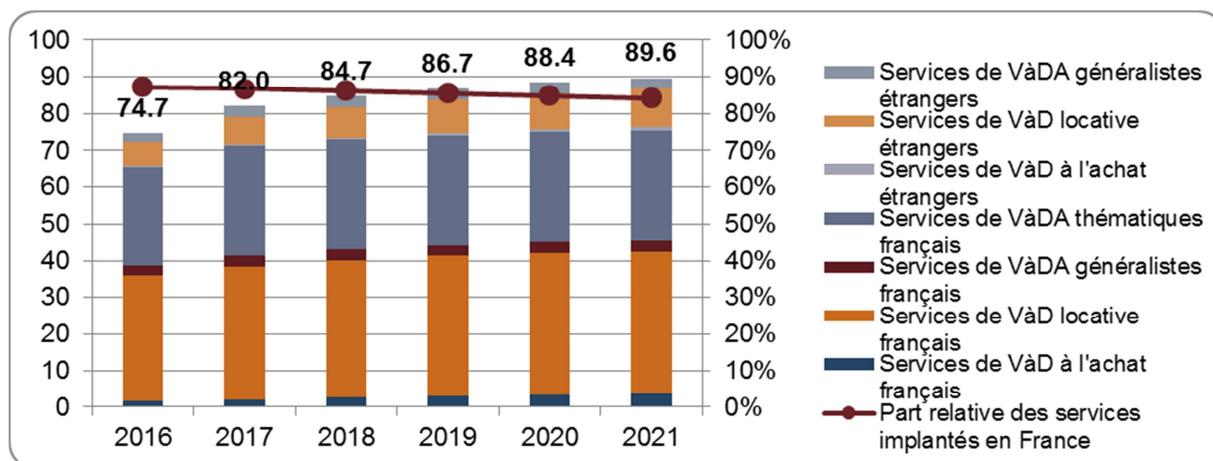
Selon l'IDATE, l'alignement de la fenêtre de la VàDA sur celle de la seconde fenêtre de télévision payante permettrait de cumuler 142 000 abonnements de plus que dans le cadre du scénario tendanciel en 2021, contribuant à 13,2 millions d'euros de recettes supplémentaires.

Enfin, le montant des dépenses des éditeurs de services de VàDA dans les droits de films UE dont EOF seraient plus élevés de 4,1 millions d'euros (+2,2 millions d'euros pour les seules œuvres cinématographiques EOF), soit 89,6 millions d'euros contre 85,5 millions dans le scénario tendanciel.

¹⁴ Délai prévu en l'absence d'accord avec les organisations professionnelles du cinéma



Figure 12 : Prévisions d'évolution des dépenses des éditeurs de SMAD payants en droits de films de cinéma par segment et de la part relative des éditeurs de services implantés en France entre 2016 et 2021 en cas d'alignement de la fenêtre de la VàDA sur celle de la 2nde fenêtre de télévision payante (en millions d'euros ; en pourcentage)



IDATE, 2016

3.2.7 Application d'un taux de TVA réduit sur les services de VàD et de VàDA

La modification du taux de TVA appliqué aux services de VàD et de VàDA toucherait différemment les services à l'acte et ceux par abonnement :

- l'application d'un taux réduit à 10 % pourrait induire une baisse des prix sur le marché de la VàD à l'acte qui se traduirait alors par une hausse de la consommation ;
- les niveaux de prix étant déjà très bas en VàDA, la baisse de la TVA permettrait aux éditeurs de ce type de service d'augmenter leur marge brute ; une partie de ces gains pourrait être réinvestie dans l'achat de droits.

L'IDATE estime que le volume des ventes de copies numériques en 2021 serait plus important de 74 000 unités comparé au scénario tendanciel (+2,0 %), tandis que le nombre de transactions locatives serait supérieur de 3,0 % cette même année (90,7 millions de locations à l'acte contre 88,1 millions dans le scénario tendanciel). Les éditeurs de service verraient par ailleurs leurs recettes globales augmenter de près de 103 millions euros en 2021.

Les gains pour les ayants droit d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles européennes dont EOF s'élèveraient pour leur part à 7,6 millions d'euros en 2021, principalement attribués à l'achat de droits sur le marché secondaire.

3.3 Analyse croisée des variations

Toutes choses égales par ailleurs, les variations touchant à des paramètres extérieurs au strict cadre du décret SMAD ont un effet plus important sur l'économie du secteur. Ainsi, l'IDATE estime qu'une baisse de 10 % du taux de TVA appliqué aux services de vidéo à la demande payants conduirait à une augmentation de la marge brute des éditeurs de VàDA et plus globalement à une hausse des recettes du secteur de 102,6 millions d'euros par rapport au scénario tendanciel en 2021, pour une progression des investissements dans les droits de films de cinéma et de programmes audiovisuels à hauteur de 7,5 millions d'euros la même année. Un alignement de la fenêtre de la VàDA sur celle de la télévision payante *premium* aurait un effet encore plus fort sur le marché des droits. L'IDATE estime que la plus-value pour les ayants droit de films de cinéma s'élèverait à 22,9 millions d'euros



cette même année. Les autres formes de modification de la chronologie des médias ont des impacts plus modérés.

Concernant les variantes impliquant des modifications des dispositions du décret, l'assouplissement des obligations d'exposition aurait l'effet le plus conséquent. Selon l'IDATE, une baisse de 50 % des obligations d'exposition jouerait positivement sur la compétitivité des offres françaises, contribuant à une hausse de la consommation sur l'ensemble des segments de marché ainsi qu'à une progression des revenus des éditeurs estimée à 29,2 millions d'euros en 2021. Cependant, cette hausse du chiffre d'affaires s'opérerait au détriment des investissements en droits de films et de programmes audiovisuels qui chuteraient de 63,4 millions d'euros la même année.

Les autres paramètres inhérents au décret n'affectent pas directement la consommation et les résultats financiers du secteur mais peuvent, selon les cas, induire une augmentation ou une baisse des investissements sur le marché secondaire, et *a fortiori* jouer sur les marges des éditeurs. L'élargissement du périmètre des SMAD aurait un effet direct sur le marché secondaire. Les éditeurs de SMAD implantés à l'étrangers, mais visant le marché français, seraient contraints d'augmenter le montant de leurs achats en droits de films et de programmes audiovisuels européens dont EOF (+ 42,4 millions d'euros en 2021). En comparaison, les effets de la suppression du seuil de déclenchement des obligations et de l'agrégation des déclarations ne contribueraient qu'à une hausse des dépenses en droits de 8,9 et 3,4 millions d'euros par rapport au scénario tendanciel en 2021. Enfin, la baisse des obligations d'investissement induirait un léger recul des achats de droits (-12,9 millions d'euros en 2021) sans contribuer pour autant à la compétitivité de l'offre globale.

Enfin, l'IDATE a simulé deux scénarii composites, combinant les variations de plusieurs paramètres :

- Le premier scénario, centré sur un assouplissement des obligations d'exposition et d'investissement, est davantage favorable aux éditeurs. Il associe une baisse de 50 % des obligations d'exposition et d'investissement, valide l'avancement des fenêtres de la VàD à l'achat et de la VàDA à respectivement 3 mois et 12 mois après la sortie des films en salles, prend acte d'une suppression des périodes de gel pour la VàD locative et applique un taux de TVA réduit à 10 % à l'ensemble des offres. Dans ce premier cas de figure, l'IDATE estime que les recettes totales du secteur de la vidéo à la demande payante progresseraient de 269,3 millions d'euros en 2021 mais que le montant total des investissements en droits serait inférieur de 42,9 millions d'euros par rapport au scénario tendanciel.
- Le second scénario, qui étend le champ des services soumis aux obligations, est quant à lui plus favorable aux ayants droit. Il combine l'élargissement du périmètre des SMAD à une suppression des seuils de déclenchement des obligations d'investissement et à l'agrégation des déclarations. En sus, les fenêtres de la VàD à l'achat et de la VàDA sont respectivement avancées à 3 mois et 12 mois après la sortie des films en salles, les périodes de gel des droits sont retirées et un taux de TVA réduit à 10 % est appliqué à l'ensemble des services de vidéo à la demande payants. Dans ce second cas de figure, l'IDATE estime que le montant total des investissements en droits de films de cinéma et de programmes audiovisuels serait majoré de 81,9 millions d'euros par rapport au scénario tendanciel en 2021. Ce second scénario ne lèserait cependant pas les éditeurs qui verraient leurs recettes totales progresser de 170,4 millions d'euros en 2021.

Ces scénarii ne reflètent pas une volonté d'évolution exprimée par les éditeurs de SMAD ou les ayants droit de contenus. Ils consistent uniquement en la combinaison d'effets qui leur sont plus ou moins favorables quantitativement.



Synthèse des effets de la modification des paramètres de l'environnement réglementaire et fiscal

	Nombre de titres achetés	Nombre de titres loués	Nombre d'abonnements	Recettes	Achats de droits de films de cinéma	Achats de droits de programmes audiovisuels
Unité	Millions de titres	Millions de titres	Millions d'abonnements	Millions d'euros	Millions d'euros	Millions d'euros
Scénario tendanciel	3,578	88,1	6,309	909,9	85,5	85,9
Variations par rapport au scénario tendanciel¹⁵						
Elargissement du périmètre des SMAD	-	-	-	-	+14,8	+27,6
Baisse de 50% des obligations d'exposition	+0,100	+4,6	+0,114	+29,2	-34,1	-29,3
Baisse de 50% des obligations d'investissement	-	-	-	-	-0,4	-12,5
Suppression du seuil de déclenchement	-	-	-	-	+0,3	+8,6
Agrégation des déclarations	-	-	-	-	+0,2	+3,2
Avancée de la fenêtre de la VàD à l'achat à 3 mois	+0,032	-	-	+0,2	+0,02	+0,01
Suppression des périodes de gel	-	+4,2	-	+14,2	+2,1	+0,9
Avancée de la fenêtre de la VàDA à 24 mois	-	-	+0,142	+13,2	+4,1	-
Avancée de la fenêtre de la VàDA à 12 mois	-	-	+0,557	+46,0	+22,9	-
Application d'un taux de TVA réduit à 10%	+0,074	+2,6	-	+102,6	+4,7	+2,8
Scénario favorable aux éditeurs						
Baisse de 50 % des obligations d'exposition						
Baisse de 50% des obligations d'investissement						
Fenêtre VàD à l'achat à 3 mois	+0,199	+12,7	+1,391	+269,3	-16,5	-26,4
Suppression périodes de gel des droits						
Fenêtre VàDA à 12 mois						
Taux de TVA réduit à 10%						
Scénario favorable aux ayants droit						
Elargissement du périmètre des SMAD						
Suppression des seuils pour les obligations d'investissement						
Agrégation des déclarations	+0,107	+6,9	+0,557	+170,4	+49,3	+32,6
Fenêtre VàD à l'achat à 3 mois						
Suppression périodes de gel des droits						
Fenêtre VàDA à 12 mois						
Taux de TVA réduit à 10%						

IDATE, 2016

¹⁵ Du fait de l'interdépendance des effets de certaines variables dans le modèle dynamique, les variations obtenues par la combinaison de plusieurs altérations du scénario tendanciel (comme dans le cadre des scénarios favorables aux éditeurs et aux ayants droit) ne sont pas égales à la somme des variations combinées de ces variables prises isolément. Pour la même raison, il n'est pas toujours possible de mesurer les impacts isolés des modifications de ces variables une fois combinées.



Diffusion :

Conseil supérieur de l'audiovisuel
39-43, quai André-Citroën - 75739 Paris cedex 15
Tél : 01 40 58 37 14
www.csa.fr
2016