

## Trois scénarios pour la TV en 2020

### La migration Internet s'accélère

**L'IDATE vient de publier une étude sur l'avenir de la Télévision, en conduisant une analyse prospective prenant pour point de départ un diagnostic approfondi de l'industrie en 2008 et 2009 et combinant une estimation des tendances macro-économiques, pour aboutir à l'élaboration de scénarios d'évolution et leur chiffrage pour l'Europe et les Etats-Unis.**

« Ce rapport, qui fait suite à une précédente étude prospective réalisée il y a maintenant plus de quatre ans et à de nombreux travaux menés depuis sur les nouvelles formes de télévision (TV mobile, Pay TV, Internet TV, TVHD, TV 3D, ...) », commente Gilles Fontaine, Directeur Adjoint de l'IDATE, « permet de faire la part entre les effets de la crise actuelle qui fragilise les groupes médias et la lame de fond qui est en train de modifier durablement l'industrie de la télévision dans son ensemble ».

En effet, les conditions de la migration de l'industrie de l'audiovisuel vers l'Internet sont aujourd'hui réunies :

- des consommateurs habitués à la consommation d'image sur le Web ;
- des solutions techniques qui donnent accès sur le téléviseur aux contenus Internet ;
- un accès à l'Internet ouvert depuis le téléphone mobile ;
- des contenus premium disponibles sur Internet ;
- une qualité de service qui s'améliore pour la vidéo sur Internet ;
- la conjonction des stratégies de nouveaux acteurs issus de secteurs connexes de l'audiovisuel.

Cette migration sera progressive, mais elle aura des impacts fondamentaux sur l'industrie :

- le modèle d'exploitation exclusive ne sera plus la règle ;
- certains consommateurs abandonneront les réseaux managés traditionnels ;
- un mouvement de mondialisation s'amorcera au bénéfice des grands détenteurs de droits.

A la différence des industries de la musique et de la presse, l'industrie de l'audiovisuel prend fortement position sur le Web. Elle peut donc y occuper une place centrale pour l'exploitation des services vidéo. La stratégie offensive qu'elle poursuit, prometteuse pour le futur, ne la met pas à l'abri de la destruction de valeur. Celle-ci a en effet des raisons structurelles : forte intensité concurrentielle sur le marché publicitaire Internet, non-contrôle de la circulation des programmes.

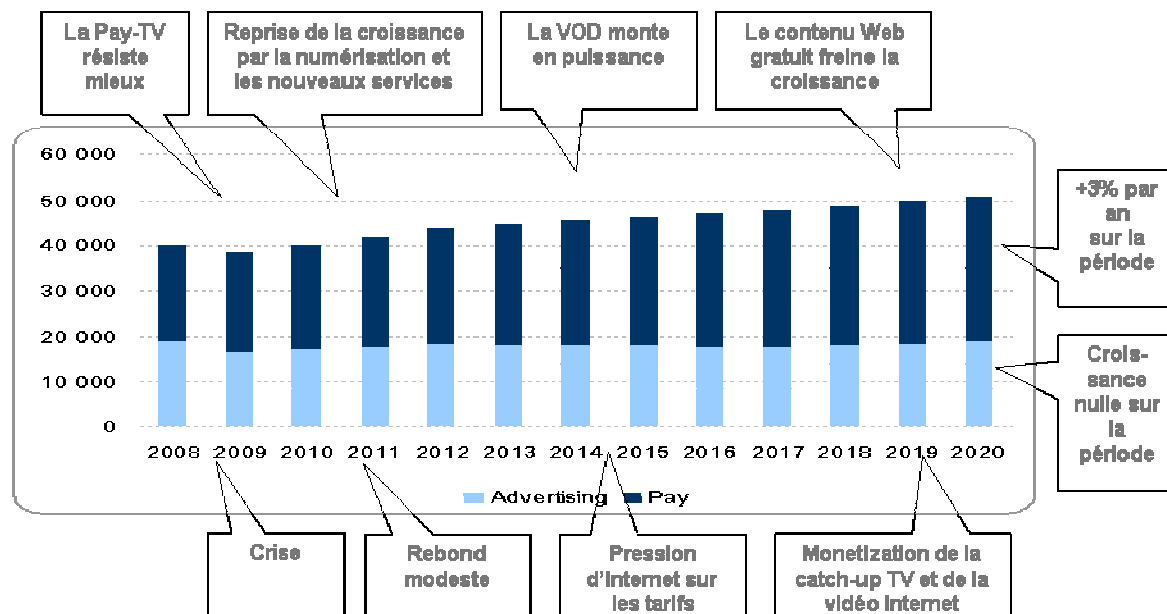
La crise 2009-2010, loin d'être uniquement conjoncturelle, marque l'entrée dans une décennie de restructuration de l'industrie de l'audiovisuel, marquée dans un premier temps par une baisse globale des ressources du secteur avant que des usages démultipliés permettent une nouvelle croissance. La décennie 2010-2020 sera aussi celle du contrôle des coûts, par l'industrialisation d'une production audiovisuelle définitivement coupée de son modèle historique, le cinéma.

L'industrie européenne est particulièrement menacée par la migration vers l'Internet. Une révision de la stratégie réglementaire dans le domaine de l'audiovisuel semble donc nécessaire et urgente : elle implique notamment la création de groupes intégrés paneuropéens.

Dans ce contexte, le rapport de l'IDATE présente **trois scénarios** contrastés :

- **Le scénario « My Web Video »**, scénario de référence retenu comme le plus probable par l'IDATE. Il s'inscrit dans un contexte où la crise accélère la mutation Internet, système nerveux de la vie sociale. Il se caractérise par un nomadisme généralisé, le développement du stockage en ligne, de la connexion universelle et gratuite, et par une prédominance des réseaux sociaux.
- **Le scénario « Broadcast as Usual »** s'inscrit dans un contexte où la crise économique perdure et pour lequel le déploiement du très haut débit fixe et mobile reste limité, avec un Internet qui ne mute pas vers un outil de divertissement. C'est un scénario qui reste assez favorable aux groupes médias dans la mesure où la destruction de valeur par Internet resterait limitée.
- **Le scénario « Community TV »** décrit un contexte d'instabilité sociale et de contrôle des Etats sur le réseau, se combinant avec une méfiance des citoyens vis-à-vis des risques sanitaires et du contrôle de la vie privée et une montée des communautarismes. Ce scénario est le moins favorable au développement d'un marché qui restera fragmenté et peu solvable.

**Scénario « My Web Video » : le marché de la publicité TV/vidéo dans les cinq principaux pays européens, 2008-2020 (millions EUR)**



Source :IDATE

**Gilles Fontaine**  
 Directeur Général Adjoint

**Florence Le Borgne**  
 Responsable de la Practice TV & New Media

**A Propos de l'IDATE**

Depuis 1977, l'IDATE s'est imposé comme l'un des premiers centres d'études et de conseil en Europe dont la mission est d'accompagner les décisions stratégiques de ses clients sur les secteurs Télécoms, Internet, Médias, à travers deux domaines d'activités : **Consulting & Research** (un conseil indépendant et la publication d'un catalogue d'études de marché), **DigiWorld Programme** (un programme annuel supportées par ses membres : DigiWorld Club, DigiWorld Summit, DigiWorld Yearbook, Communications & Strategies, ...)

L'IDATE a développé **une expertise d'analyse dédiée aux Médias** (TV, Internet é Digital Content) en s'imposant comme un cabinet de référence des groupes médias, un interlocuteur clés des décideurs publics, un conseil des équipementiers et des opérateurs au niveau international.

Pour plus d'informations : [www.idate-research.com](http://www.idate-research.com)