

Communiqué de presse Le 10 février 2012

Offres de streaming Over The Top (USA/UK) : un enjeu de marché stratégique

NPA Conseil, en partenariat avec TeVolution, publie un point sur les acteurs, leurs stratégies et leurs évolutions.

Avec 20% de téléviseurs connectables vendus en France en 2011, et une proportion qui devrait atteindre 40% en 2012, selon les prévisions du SIMAVELEC, l'entrée de l'écran de télévision dans le cercle des terminaux connectés se confirme chaque jour un peu plus comme l'une des tendances majeures de ce début de décennie.

Ainsi que l'a montré les résultats du 1^{er} Observatoire de la TV connectée CSA / NPA, le téléviseur n'est pas le seul à amener Internet vers le "petit écran" :

	Foyers connectables	Foyers connectés	Taux de transformation
TV connectable	18%	7%	38,9%
Consoles de jeu	33%	18%	54,5%
Box FAI nouvelle génération	14%	12%	85,7%
Lecteurs Blu-Ray	9%	4%	44,4%
Boîtiers externes	4%	3%	75%
Tous moyens	49%	29%	59,2%

Source : Observatoire de la TV Connectée CSA/NPA, novembre 2011

Aux Etats-Unis, le marché des "smart TV" a progressé de 500% en un an (5 millions de téléviseurs vendus à fin 2011) mais, dans l'attente d'une confirmation officielle de l'entrée d'Apple sur ce marché, on sait aussi que les consoles X-Box génèrent plus du quart du trafic vers la plate-forme Netflix, et le marché des "streaming box" (Roku, Boxee, Google TV...) témoigne également outre Atlantique d'une vigueur particulièrement forte avec 6 millions de boîtiers connectés à fin 2011 (+253 sur un an).¹

Ce développement du parc de terminaux capables d'afficher sur l'écran TV les contenus vidéos en ligne encourage la multiplication des compétiteurs.

Ainsi, le récent CES a multiplié les annonces de nouveaux lancements, dans des modèles d'offres qui cherchent à se diversifier (Accords de Panasonic avec NBC sur les JO de Londres et BigFlix sur la VoD).

¹ Source : MagnaGlobal

Ce dynamisme impacte aussi favorablement les performances des pionniers du marché de la SVoD par streaming vidéo :

- Netflix a vu son ARPU au 4ème trimestre 2011 atteindre 11,7 dollars/ mois ; le chiffre d'affaires du loueur de vidéo américain a ainsi progressé de 48% sur un an pour atteindre 3,2 milliards de dollars
- Hulu affiche un chiffre d'affaires en hausse de 60% sur un an (420 millions de dollars sur l'année 2011) et une base d'abonnés forte de 1,5M de clients payants.

**La nouvelle politique tarifaire de Netflix
a poussé le revenu moyen par abonné vers le haut
Indicateurs opérationnels de Netflix sur le marché américain**

Trimestre	T4 2010	T1 2011	T2 2011	T3 2011	T4 2011
Abonnés (000)	19 500	22 800	24 590	23 790	24 400
CA M\$	592	706	770	799	847
ARPU \$ / mois	10,87	11,13	10,83	11,01	11,72

Source : Netflix

Ces croissances sont d'autant plus remarquables que les services VoD « Over the Top » américains restent centrés sur un modèle similaire d'abondance du catalogue et des politiques tarifaires identiques (entre 8 et 10 dollars par mois). Pourtant, des stratégies de différenciations commencent à émerger qui reposent principalement sur des contenus originaux exclusifs capables d'apporter un surplus d'éditorialisation à ces offres « all you can eat ».

NPA Conseil et Raphaël Porte (TevoLution) publient une étude sur le marché des terminaux de streaming et les services « Over The Top » vidéo qu'ils diffusent.

L'étude décrypte les offres des fabricants de terminaux de streaming (Roku, Boxee, Smart TV) et les nouveautés présentées au Consumer Electronics Show et propose une analyse des points forts des acteurs de la vidéo américains (Netflix, Hulu, Redbox, Vudu). En contrepoint, les auteurs de l'étude se penchent sur la réponse organisée par les distributeurs traditionnels face à la menace des services OTT, tant sur le marché américain (Dish, DirecTV, Comcast...) que britannique (BSkyB, Virgin Media).

Ce point de vue complet sur la stratégie des acteurs américains du streaming vidéo, qui ont commencé à se déployer massivement en dehors de leurs frontières, permet d'entrevoir leur impact potentiel sur les autres marchés européens, dont la France. L'étude propose en complément des pistes de réflexion sur les stratégies d'adaptation possible pour les acteurs français en prévision de ce nouveau débarquement.

À propos de NPA Conseil : www.npaconseil.com

NPA Conseil, partenaire des principaux acteurs de l'audiovisuel et des télécoms, intervient en conseil stratégique et opérationnel dans le domaine des media et des nouveaux services numériques. NPA Conseil produit des études de référence, organise des colloques et propose des formations sur mesure.

Contacts presse :

Matthieu Amelin – mamelin@npaconseil.com – 01 74 71 43 80

Lydiane Le Roy Lambert – lroy@npaconseil.com – 01 41 31 99 26