



avec

LE FIGARO

Colloque NPA

XXème édition

Horizon 2020

Mardi 21 Octobre 2014

Maison des Travaux Publics, 3 rue de Berri 75008

club
DES ANNONCEURS



M
Mediametrie



Scam*
*Société civile des auteurs multimédia

Edition Multimédi@
Éditions Multimédias et Éditions Multimédias

metronews

pure médias



**Posez vos questions en direct aux intervenants via Twitter
en mentionnant le hashtag **#colloquenpa****



Nos outils, nos études

Horizon 2020 – Etude tendances des médias

La période de bouleversements technologiques (bouillonnement numérique), sociétaux (montée en puissance de valeurs contradictoires) et économiques (remise en cause du modèle de croissance et de répartition) que nous traversons tend à brouiller perception et compréhension. Dès lors, il est plus que jamais nécessaire pour les médias et services numériques d'identifier les tendances-clés et d'anticiper sur les transformations du rapport aux contenus et à leur distribution : valeurs porteuses, évolution des formats éditoriaux, usage et articulation des différents écrans...



C'est en **décryptant tous les indicateurs de la société française (sociodémographiques, économiques, sociologiques, culturels, politiques)** que les équipes du groupe NPA (IMCA, NPA Conseil, La Factory) sont parvenus à faire émerger **les phénomènes sociétaux majeurs** à partir desquels **vont se fonder les tendances médiatiques des cinq années à venir** que l'étude révélera en novembre .

OFFRE COLLOQUE

-20%

CODE PROMO: COLSOC2110

valable du 21/10 au 21/11

Cette étude des tendances a pour but **d'éclairer tout décideur dans l'élaboration de ses orientations stratégiques.**

Conçu comme un **véritable outil**, elle apporte des pistes opérationnelles dans tous les domaines de l'activité des médias.

Les effets visuels appliqués à la production audiovisuelle

Étude en souscription

OFFRE COLLOQUE

-20%

CODE PROMO: COLEFF2110

valable du 21/10 au 21/11

La **technologie** permet de surfer sur les attentes et envies de spectateurs à la recherche de toujours **plus d'émotions fortes et d'images de qualité**.

En France, il y a **peu de films ou séries à effets spéciaux** et les studios d'animation sont obligés de se développer à l'international (près de 60% du CA).

Quelles perspectives ce secteur en mutation permanente offre-t-il ?

Quels sont les freins à leur utilisation ?

L'intégration des effets visuels ne permettrait-elle pas une relance de la créativité dans la fiction française?

Analyse économique
du secteur

Analyse des impacts
sur les processus
métiers, sur les coûts,
sur l'organisation de
la production et de la
créativité

Identification des
facteurs clés de
réussite et des freins à
l'intégration des effets
spéciaux dans les
productions françaises

LE DISPOSITIF DE VEILLE

FLASH NPA : une longueur d'avance sur l'actualité sectorielle



Véritable référence pour les acteurs du marché : lettre hebdomadaire de veille, d'analyse et de mise en perspective réalisée par les Pôles d'expertise NPA Conseil.

Veille française et internationale : suivre et appréhender les évolutions des différents services, acteurs et marchés du secteur des médias numériques.

Nouvelle formule éditoriale : plus dense, plus ciblée, plus performante, un outil incontournable d'aide à la décision.

Le FLASH NPA

les sujets majeurs d'actualité analysés chaque mercredi :
juridique, audiences, programmes & services, publicité, technologies, marchés.

Evolutions du cadre législatif, programmations des chaînes, services numériques, suivis des marchés, innovations, stratégies et jeux d'acteurs, actualités sectorielles...

Les DOSSIERS NPA

Chaque semaine un focus sur un sujet ou une tendance de fond.

Bilan de saison des programmes, Résultats des groupes français, Social TV, Le cloud et les médias, La copie privée, Services mobiles et géolocalisation, Nouveaux formats publicitaires, la régulation TV et Web, objets connectés, SVoD, ...

OFFRE COLLOQUE

*4.000 €HT au lieu de 8.000 €HT
pour un compte Société (5 abonnés)*

-50%

sur la 1^{ère} année d'abonnement

CODE PROMO: COLFL2110

valable du 21/10 au 21/11

LES DOSSIERS NPA 2014

Les DOSSIERS NPA

Hors abonnement Flash, vous pouvez accéder chaque semaine aux Dossiers NPA...



OFFRE COLLOQUE

350 €HT au lieu de 500 €HT
Dossier NPA de la Sélection Colloque

-30%

sur les Dossiers de la Sélection Colloque

CODE PROMO: COLDOS2110

valable du 21/10 au 21/11

LA SELECTION COLLOQUE

- ✓ Les enjeux juridiques de l'arrivée de Netflix en France (n°720)
- ✓ La nouvelle donne de l'offre et de la consommation d'information (n°721)
- ✓ TOP100 du Rayonnement numérique des marques (n°722)
- ✓ Bilan de saisons des chaînes historiques et chaînes de la TNT 1^{ère} génération (n°723)
- ✓ Rentrée des chaînes historiques et TNT (n°727)
- ✓ Sport et TV : enjeux concurrentiels et réglementaires (n°729)

BAROMÈTRES, OBSERVATOIRES, INDICATEURS

Des outils performants de mesures et suivis des marchés

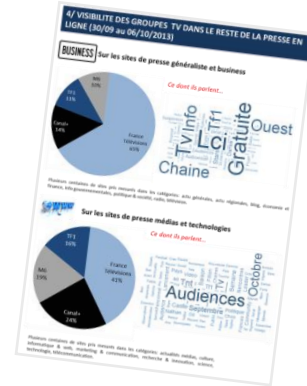


Baromètre Presse TV

Développé depuis 6 ans, le baromètre NPA-Press TV est devenu **l'outil indispensable des directions de la communication, du marketing et des programmes**. Il mesure la **présence éditoriale des chaînes et des programmes** sur l'ensemble des magazines de presse TV. Il permet ainsi aux chaînes de connaître leur niveau de visibilité afin **d'optimiser leur stratégie marketing presse** et, à terme, leur image et leur audience.

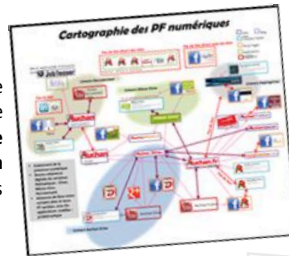
Baromètre Presse TV Online

Un **outil de mesure fiable** de la présence éditoriale des chaînes et programmes dans la presse TV en ligne et sites d'informations médias. Une véritable mesure « **bruit** » pour les chaînes et leur direction de communication afin **d'optimiser la stratégie marketing digitale**.



Rayonnement & résonance numériques

Les baromètres de rayonnement et de résonance numérique ont été mis en place pour **mesurer et analyser l'empreinte numérique** des marques et **optimiser la cohérence et la performance** des stratégies digitales.

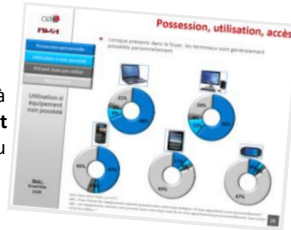


Baromètre TV en ligne

Pour suivre l'impact de la **délinéarisation** de la télévision, tous les mois, NPA associé à GfK et les régies publicitaires publient avec le soutien du CNC **un point complet de la consommation en ligne des programmes TV** : Segmentation par support et par genre de contenu, détail des consommations et des contenus.

Observatoire TV@

Réalisé avec l'Institut CSA, cet observatoire permet de suivre à travers plusieurs phases d'enquête **les évolutions d'équipement et des usages de la télévision connectée** et de l'émergence du **deuxième écran** chez les Français.



CANAL+ RÉGIE		DIGIT L		TMC RÉGIE		CNC		NPA	
BAROMETRE TV en ligne									
OCTOBRE 2013									
	Nombre de visites	Part sur le total des consommations	Talents en ligne publicités	Talents en ligne programmes	Nombre de visites	Part sur le total des consommations	Talents en ligne publicités	Talents en ligne programmes	Nombre de visites
Publicité	100 000 000	100%	100%	100%	100 000 000	100%	100%	100%	100%
Programmes	100 000 000	100%	100%	100%	100 000 000	100%	100%	100%	100%
TOTAL	200 000 000	100%	100%	100%	200 000 000	100%	100%	100%	200 000 000
Publicité	100 000 000	50%	50%	50%	100 000 000	50%	50%	50%	100 000 000
Programmes	100 000 000	50%	50%	50%	100 000 000	50%	50%	50%	100 000 000
TOTAL	200 000 000	100%	100%	100%	200 000 000	100%	100%	100%	200 000 000

Avant-propos

Pour son 20^{ème} anniversaire, le Colloque NPA – Le Figaro porte sur le thème: « **Horizon 2020** » et s’articule autour de cinq tables-rondes qui structurent la journée. Les acteurs de la télévision, de la production, du numérique et de la presse débattront autour des thèmes suivants :

- Accès aux contenus : vers une révolution de la distribution?
- Des médias réinventés ?
- Nouveaux comportements: quelle société en 2020 ?
- L’Afrique, nouvel horizon pour le numérique ?
- Un monde ouvert mais sans règles ?

Nous vous souhaitons de passer une journée enrichissante en échanges et en découvertes.

Philippe BAILLY
NPA Conseil

Enguérand RENAULT
Le Figaro

Programme

09:00



Bertrand Meheut

Président du Directoire du Groupe Canal +

09:15

Accès aux contenus : vers une nouvelle révolution de la distribution ?



Ari Assuied

Président Le Kiosk



Bruno Delecour

Président-Directeur général de FilmoTV



Agnès Saal

Présidente de l'INA



Yann Thébault

Directeur général Spotify France



Thierry Cammas

Président-Gérant de MTV/
Viacom Media Networks France



Hélène Mérillon

Co-Fondatrice et Présidente de Youbox



Laurence Sonzogni-Delgado

Directrice contenus et services audiovisuels de Bouygues Telecom

10:30



Christopher Baldelli

Président du Directoire de RTL

10:45



Marc Feuillée

Directeur général Le Figaro

11:00

Des médias réinventés ?



Nicolas Bailly

Président-Directeur général de Touscoprod



Jean-Luc Chetrit

Président de Carat France



Laurent Guimier

Directeur de France Info



Vincent Beauflis

Directeur de la Rédaction de Challenges



Bernard Gassiat

Président du Club des Annonceurs



Gérard-Brice Viret

Directeur Délégué des Chaînes de Télévision France et international Lagardère active

12:30



Stéphane Richard

Président Directeur général d'Orange

Programme

14:00 Nouveaux comportements: quelle société en 2020?



Patrice Duchemin
Spécialiste des comportements
de consommation



Emmanuelle Lallement
Ethnologue et Maître de
conférences au CELSA



Arnaud Mercier
Professeur en Sciences de l'Information et de
la Communication de l'Université de Lorraine

14:45



Paul Badji
Ambassadeur du Sénégal en France et à Monaco

15:00 L'Afrique, nouvel horizon pour le numérique ?



Yves Bigot
Directeur général
de TV5 Monde



Constant Nemale
Président d'Africa 24



Jean-Christophe Ramos
Directeur des Affaires Corporate Afrique de Canal +



Cécile Mégie
Directrice de RFI



Pierre Ouedraogo
Directeur de la Francophonie
Numérique de l'OIF



Ibrahim Sy Savané
Président de la Haute Autorité de la Communication
Audiovisuelle de Côte d'Ivoire

16:15



Jean-Claude de l'Estrac
Secrétaire Général de la Commission de l'Océan Indien

16:30 Un monde ouvert mais sans règle ?



David Assouline
Sénateur de Paris



Catherine Morin-Desailly
Sénatrice de la Seine-Maritime



Hervé Rony
Directeur général de la Scam

Keynote Speaker

Bertrand Meheut

Président du directoire de Canal +



Ingénieur Civil des Mines, Bertrand Meheut a rejoint le Groupe CANAL+ en septembre 2002. D'abord directeur général, il est nommé président du directoire du Groupe Canal+. Il est par ailleurs membre des Conseils d'Administration du Groupe Accor et de la Cinémathèque Française.

Il a travaillé auparavant dans l'industrie, en particulier celle des sciences de la vie. Il a fait l'essentiel de sa carrière au sein de Rhône-Poulenc, puis Aventis CropScience, où il entre en 1984 comme adjoint au directeur général Europe et responsable des fonctions centrales de la branche « Agro ».

Il y a occupé successivement les fonctions de directeur général de la filiale allemande, directeur général adjoint de Rhône-Poulenc Agro puis vice-président exécutif et directeur général Europe.

Lorsque Rhône-Poulenc et le chimiste allemand Hoechst fusionnent à la fin 1999 au sein d'[Aventis](#), Bertrand Meheut devient Président directeur général d'[Aventis](#) CropScience, (filiale d'Aventis et de Schering, opérant dans l'agrochimie et les biotechnologies ; 4,5 milliards d'Euros de chiffre d'affaires et 16 000 salariés).

*Crédit photo : Rémy Cortin, Canal +

Table 1

Accès aux contenus: vers une nouvelle révolution de la distribution ?

Intervenants

Ari Assuied, Président Le Kiosk

Thierry Cammas, Président-Gérant de MTV/ Viacom Média Networks France

Bruno Delecour, Président-Directeur général de FilmoTV

Hélène Mérillon, Co-Fondatrice et Présidente de Youboox

Agnès Saal, Présidente de l'INA

Laurence Sonzogni-Delgado, Directrice contenus et services audiovisuels de Bouygues Telecom

Yann Thébault, Directeur général Spotify France

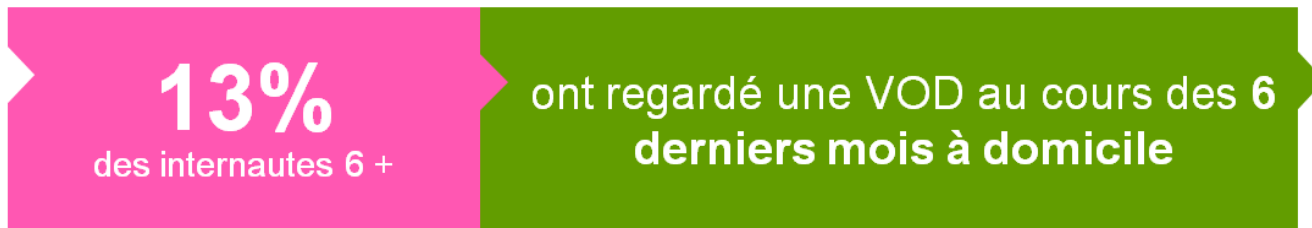
T1 / Accès aux contenus: vers une nouvelle révolution de la distribution ?



> VOD : nombre de pratiquants



▶ Q32. Avez-vous déjà regardé des Vidéos à la Demande quel que soit l'équipement sur lequel vous l'avez fait ?

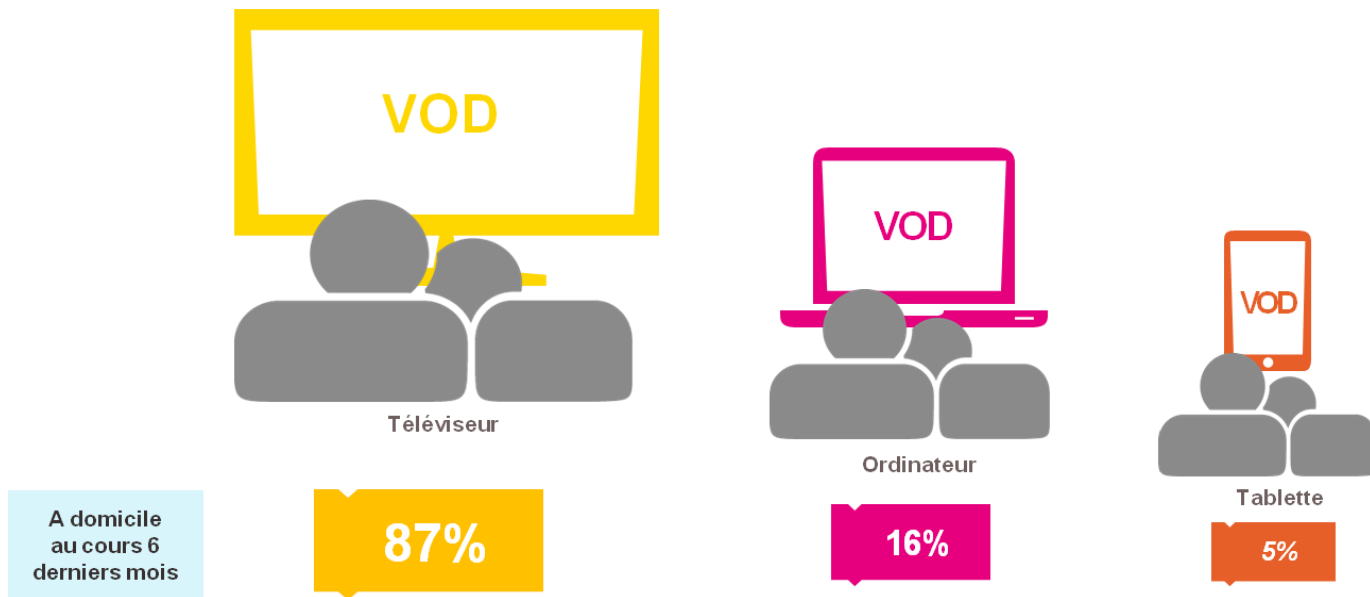


▶ Q39. Au cours des 6 derniers mois, avez-vous regardé au moins une VOD via des services payants sur téléviseur/ ordinateur/ tablette ? A domicile

T1 / Accès aux contenus: vers une nouvelle révolution de la distribution ?



> VOD à domicile au cours des 6 derniers mois : quel support ?



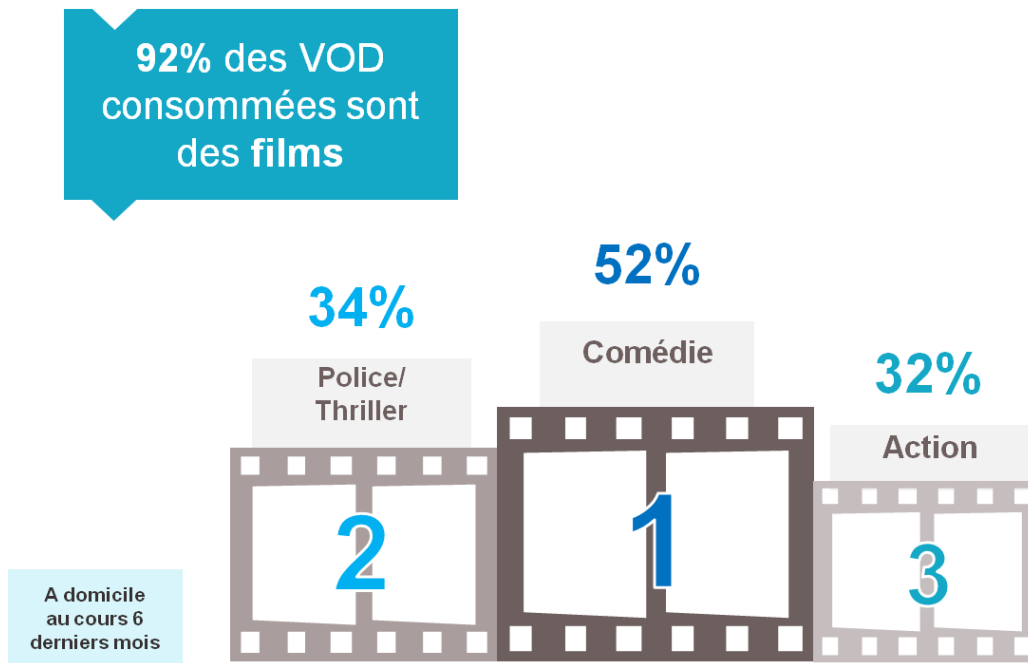
► Q39. Au cours des 6 derniers mois, avez-vous regardé au moins une VOD via des services payants sur téléviseur/ ordinateur/ tablette ?

Base : A regardé au moins une VOD à domicile au cours des 6 derniers mois

T1 / Accès aux contenus: vers une nouvelle révolution de la distribution ?



> VOD à domicile au cours des 6 derniers mois : quel contenu ?



- ▶ Q45 . Quel(s) genre(s) de VOD avez-vous déjà regardé?
- ▶ Q45bis. Plus précisément, quel(s) genre(s) de films avez-vous déjà vus en VOD ?

Base : A regardé au moins une VOD à domicile au cours des 6 derniers mois



> La SVOD : où en est le public ?



▶ Q43. Avez-vous déjà regardé des Vidéos à la demande ...

T1 / Accès aux contenus: vers une nouvelle révolution de la distribution ?



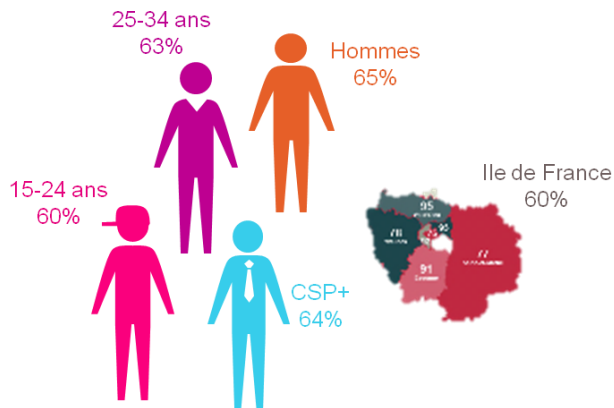
> Netflix : notoriété de la marque

Notoriété de Netflix



55%
CONNAIT

45%
NE CONNAIT PAS



Canaux de découverte



34%



25%



17%



17%



5%

T1 / Accès aux contenus: vers une nouvelle révolution de la distribution ?



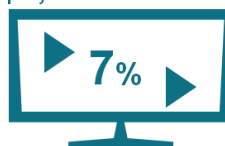
> Netflix : notoriété et connaissance du service

Netflix identifié comme...

... un service de vidéo à la demande



... une chaîne TV, un site de
replay d'une chaîne Tv etc...

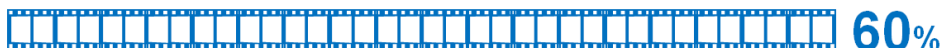


NSP
8%



Netflix identifié comme...

... des séries en exclusivité nationale



... des films sortis au cinéma il y a 3 ans ou plus



... des séries déjà diffusées en France



... des films récents sortis au cinéma il y a moins de 3 ans



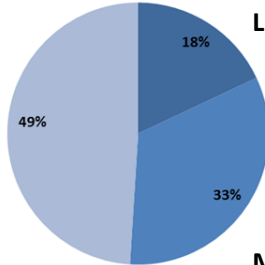
NSP



L'EST nouveau levier de valeur



■ EST
■ VOD
■ SVOD



Le téléchargement définitif bondit aux Etats-Unis

- Le marché de l'EST a franchi le **cap du milliard de \$** de CA en 2013, soit **+47,1 % en un an**
- L'EST représente **18% de la valeur du marché numérique de la vidéo**

Mais son développement en l'état actuel présente des risques importants

- **Limites du standard Ultraviolet** : faiblesse du catalogue ; complexité d'usage pour le public ; absence de distributeur dans l'univers Retail (frein à la conversion Disc to digital)
- Des **stratégies propriétaires fermées qui engendrent une concurrence de multiples écosystèmes en défaveur du client final** : confusion des offres ; qualité des catalogues



L'offre EST se développe chez les opérateurs en Europe mais doit tendre vers un standard commun

- Opportunités d'utiliser un **standard commun** pour une réelle interopérabilité des contenus :
 - cross recommandation
 - possibilité de partage
 - pas de frein à l'entrée pour l'abonné : disponibilité pérenne des achats, sans perte des titres achetés



Le numérique, un relais de croissance encore insuffisant

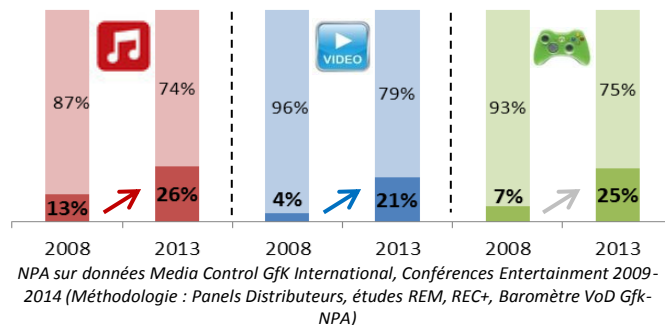
La part du numérique en forte augmentation depuis 2008 dans le chiffre d'affaires des industries culturelles

- Sur les marchés de la musique, de la vidéo ou des loisirs interactifs, **la part du numérique** est passée de **8% à 24%** en moyenne entre 2008 et 2013.
- La progression est constante depuis 2008, grâce aux efforts des acteurs culturels et au rôle d'accompagnement des opérateurs télécom, tant dans la qualité de service fixe et mobile, que dans leur politique offensive d'édition et de distribution de contenus.

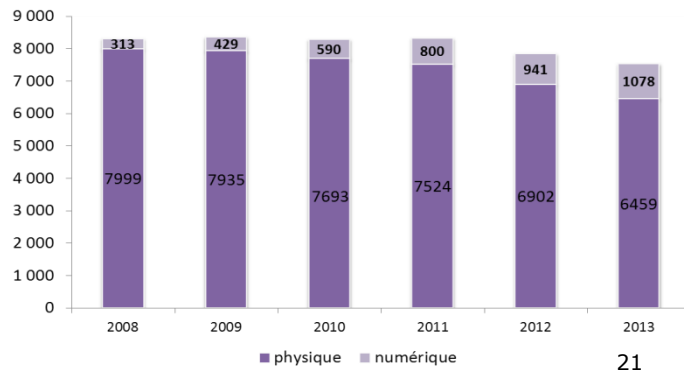
Mais le numérique ne compense pas encore la chute du marché physique

- Le marché français des biens culturels (musique, vidéo, loisirs interactifs, livre) recule globalement de **9,2% depuis 2008**.
- Le recul du chiffre d'affaires des biens physiques (plus de 1,5 milliards € en 6 ans) n'est pas encore compensé par le marché dématérialisé pourtant en très forte hausse (**+244% en valeur**).

Evolution de la part du numérique dans les marchés de la musique, de la vidéo et des loisirs interactifs



Evolution du chiffre d'affaires des biens culturels physiques et numériques (musique, vidéo, loisirs interactifs, livre) – millions €



Le développement des offres de contenu par abonnement



Plus d' **1,5 million d'abonnés** à une offre **SVOD**, et plus de 2 millions d'abonnés à OCS



+ 100 000
Utilisateurs



+ 500 000
Abonnés*



+ 750 000
Abonnés*



+ 200 000
Abonnés*



N/C



+ 2 Millions d'abonnés

* Source : plates-formes



Plus de **2 millions d'abonnés** à un service de **streaming musical**



Grâce à des couplage papier/web, des éditions pure player, et le développement des kiosques numériques, **la presse prend de plus en plus la voie des abonnements numériques**



+ 140 000
abonnés



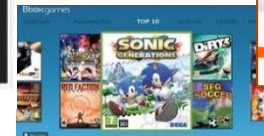
+ 11 000
abonnés



+ 11 000
abonnés



Sur le marché des Jeux vidéo **les offres de Cloud gaming par abonnement se développent** chez les FAI



T1 / Accès aux contenus: vers une nouvelle révolution de la distribution ?

Ari Assuied

Président Le Kiosk



Ari Assuied est le co-fondateur de Le Kiosk, leader de la distribution de presse au format numérique en France, le « Spotify de la presse », également présent au Royaume-Uni et en Italie. Le Kiosk est un service innovant qui propose l'achat et la lecture de journaux et magazines en format digital en offrant une approche originale centrée sur une expérience utilisateur unique et un modèle économique nouveau dans l'univers de la presse : les forfaits mensuels permettant pour chaque utilisateur de choisir librement chaque mois ses titres selon ses goûts, ses humeurs ou l'actualité parmi les 1 300 titres présents dans le catalogue.

Le Kiosk compte 550 000 utilisateurs et 130 000 clients actifs. Le Kiosk emploie aujourd'hui 45 salariés.

Avant la création de Le Kiosk en 2007, Ari Assuied a été Directeur Général de la marque de cosmétique By Terry pendant 3 ans et avait débuté sa carrière professionnelle en Banque d'Affaires.

Ari Assuied, 36 ans, est diplômé d'un DESS d'Ingénierie Financière et d'une MSTCF à Paris-Dauphine.

Thierry Cammas

Président- Gérant de MTV/
Viacom Media Networks France



Diplômé de l'ESSEC, Licence de Philosophie à la Sorbonne, Thierry CAMMAS débute sa carrière comme Chargé d'Affaires au sein du fonds d'investissement média/hors média CSA FINANCE puis devient Contrôleur Marketing au sein du Groupe BIS.

Il rejoint la chaîne musicale MCM en 1993, d'abord comme Directeur Adm. & Financier, puis comme Directeur Général à partir de 1998 des chaînes musicales MCM et MUZZIK. Jusqu'en septembre 2004, il construit, en tant que Directeur Général, le développement du Groupe MCM (MCM, MCM TOP, MCM POP), filiale à 51% de LAGARDERE THEMATIQUES (dont il est aussi Directeur Général Adjoint) et à 49% de CANAL+. Pendant cette période, il développe aussi MEZZO (fusionnée avec MUZZIK en décembre 2001, codétenue à 60% par MCM et à 40% par FRANCE TELEVISIONS), dont il est le Président-Directeur Général.

Depuis Janvier 2005, Thierry CAMMAS est Président Gérant de MTV NETWORKS FRANCE (Groupe MTV NETWORKS/VIACOM) et Président-Directeur Général de GAME ONE.

T1 / Accès aux contenus: vers une nouvelle révolution de la distribution ?

Bruno Delecour

Président-Directeur général de Filmo TV



Bruno Delecour est Président de FilmoTV qu'il a cofondé en 2008. La société est pionnière des services de Cinéma à la demande (à la carte et par abonnement). Le service est disponible sur Internet, le câble, l'IPTV et les écrans connectés et se caractérise par une approche éditoriale forte.

Ancien élève de l'ENSAE, titulaire d'un DEA de mathématiques appliquées, il a commencé en 1981 au Centre d'Etudes d'Opinions (CEO). Deux ans plus tard, il devient responsable de la recherche média de l'agence de publicité Lintas.

En 1985, il rejoint la chaîne Canal+ en tant que Directeur du marketing de l'antenne, de la régie publicitaire et du service par abonnement. Il est nommé par la suite Directeur Général du groupe en charge des activités commerciales pour la France et l'Europe. Parallèlement, il crée et devient Président-Directeur Général de CanalSatellite, première plateforme de télévision numérique profitable en Europe.

Début 2001, il rejoint le siège de Vivendi Universal en tant Directeur du marketing stratégique et de la relation client de l'ensemble du Groupe, en charge du développement de produits et services transversaux.

En 2003, il fonde Actioners, société de conseil en stratégie et rapprochement d'entreprises, spécialisée dans les médias, la communication et les loisirs.

En 2005 il est nommé Président de l'agence media OMD.

Hélène Mérillon

Co-Fondatrice et Présidente de Youboox



Actuellement

Co-fondatrice et Présidente de Youboox, en charge du Marketing et du Développement.

A l'origine

Diplômée de l'ENSAE et HEC Paris

Avant

Avant de commencer son parcours d'entrepreneuse, Hélène passe 5 ans chez Merrill Lynch dans le conseil en fusions & acquisitions. Puis elle rejoint Egg à Londres pour lancer les prémices de la banque en ligne. Elle s'occupe ensuite du lancement marketing de l'opérateur indépendant d'énergie Poweo. Enfin, Hélène monte l'équipe Marketing de Generali France et lance les premières applications mobiles assurance

du marché avant de créer Youboox, la première plateforme française de lecture en "streaming".

T1 / Accès aux contenus: vers une nouvelle révolution de la distribution ?

Agnès Saal

Présidente de l'INA

**Membre du Conseil d'administration
du Théâtre de la Ville (depuis 2012)
Présidente de la commission d'aide
sélective à la distribution du CNC (depuis 2012)**



Née le 8 décembre 1957, à Tunis (Tunisie), Agnès Saal est diplômée de l'Institut d'études politiques de Paris (Sciences Po).

Dès sa sortie de la promotion « Solidarité » de l'ENA en 1983, Agnès Saal choisit de servir l'intérêt public et de placer son savoir-faire au service de la politique culturelle et du ministère qui la porte. D'abord en poste en administration centrale : Chef du bureau de l'art lyrique à la direction de la musique et de la danse (1983-1984), Secrétaire générale de la direction du développement culturel (1984-1986), Chargée de mission auprès du chef de service du personnel et des affaires sociales à la direction de l'administration générale (1986-1989) au ministère de la Culture, en mobilité au Conseil d'Etat (1989-1990), elle occupe ensuite, pendant sept ans (1990-97) les fonctions de Directrice administrative et financière du CNC, aux côtés de Dominique Wallon puis de Marc Tessier. En juin 1997, Agnès Saal est appelée par Catherine Trautmann à devenir sa Directrice-adjointe de cabinet au ministère de la Culture et de la Communication, fonction qu'elle conserve auprès de Catherine Tasca, quatre années durant. En 2001, elle est nommée Directrice générale de la BnF, auprès de Jean-Pierre Angrémy puis, à partir de 2002, auprès de Jean-Noël Jeanneney. En septembre 2007, Alain Seban, Président du Centre Pompidou, l'appelle à ses côtés au poste de Directrice générale de l'établissement. En 2013, elle est promue au grade d'Administratrice générale.

Agnès Saal dispose d'une fine connaissance de l'Ina dont elle est administratrice depuis juin 2012, ainsi que d'une expertise pointue du monde de la culture et de la communication dans lequel elle a accompli l'ensemble de sa carrière professionnelle.

Depuis le 12 mai 2014, elle occupe les fonctions de Présidente-directrice générale de l'Ina et devient ainsi la deuxième femme dans l'histoire de l'Institut à en prendre les rênes pour en conduire le projet d'avenir.

Laurence Sonzogni-Delgado

Directrice contenus et services
audiovisuels de Bouygues Telecom



Laurence SONZOGNI-DELGADO occupe le poste de Directrice des Contenus & Services audiovisuels de BOUYGUYES TELECOM.

Diplômée de l'ENSAE, elle a axé son parcours professionnel autour des nouveaux contenus / nouveaux media.

Après une première expérience aux AGF en tant que statisticienne, elle rejoint TF1 en 1988 où elle a occupé successivement des postes au sein de la Direction Marketing (Responsable des études), de la Direction du marketing stratégique et développement (Directrice du marketing stratégique) et de e-TF1 (Directrice du business développement pour la structure digitale de TF1).

Elle rejoint Bouygues Telecom en 2004 pour développer les services audiovisuels dans les offres mobiles de l'opérateur (i-mode) et plus particulièrement la télévision sur mobile. Elle prend en 2009 le poste de Directrice des Contenus et construit les partenariats pour les offres fixes et mobiles de Bouygues Telecom.

Depuis 2014 elle a en charge l'ensemble des services et des contenus audiovisuels pour l'ensemble des offres de Bouygues Telecom et à ce titre définit les axes stratégiques de développement, cadre la politique éditoriale, anime les écosystèmes contenus / partenaires et développe les business associés.

T1 / Accès aux contenus: vers une nouvelle révolution de la distribution ?

Yann Thébault

Directeur général de Spotify France



En tant que Directeur Général Europe du Sud (France, Espagne, Italie, Portugal, Grèce et Turquie), Yann Thébault est à la tête de Spotify dans cette région depuis 2012 et dirige une équipe de plus de plus de 30 personnes.

Sa carrière d'entrepreneur et son expertise poussée dans la radio, le marketing digital, la vente d'espaces publicitaires et l'entertainment permettent à Yann de superviser les différentes fonctions (ventes d'espaces publicitaires, marketing, relations labels, biz dev...) et de définir la stratégie de développement de Spotify en Europe du Sud.

Avant de rejoindre Spotify, il a fondé Distrilink, société de distribution de produits cosmétiques vendue depuis au laboratoire Pierre Fabre, il a travaillé pour NRJ, premier groupe de radio français, et a créé Horizon Clic, une plateforme d'affiliation (Horyzon Media Group), acquise par les Pages Jaunes en 2008.

global

ina

Une nouvelle revue
Un autre regard sur les médias

NOUVEAU
180 PAGES



digital
tv
radio
presse

.....
analyse
réflexion
interviews

ina

inaglobal.fr/le-mook

La seule revue
100% médias

Keynote Speaker

Christopher Baldelli



Président du directoire de RTL

Né en février 1957, Philippe Germond est ingénieur, diplômé de l'École Centrale Paris et titulaire d'un master de l'Université de Stanford.

Ancien élève de Ecole Normale Supérieure et diplômé de l'Institut d'Etudes Politiques de Paris.

Administrateur du Sénat à la Commission des Finances (1991-1994)

Participation comme Conseiller de 1994 à 1997 au Cabinet du Ministre du Budget, du Ministre de la Culture et de la Communication puis à celui du Premier Ministre.

De 1997 à 1998, Directeur à la Direction générale du Groupe Lagardère

Directeur Général du quotidien « La Provence » (Groupe Lagardère) en 1999.

De 1999 à 2002 Directeur Général Délégué de France 2 (Groupe France Télévision).

De 2002 à 2005 Directeur Général de France 2 (Groupe France Télévision).

De 2006 à juillet 2009 Président de M6 Thématique (W9, Paris Première, TEVA, les chaînes M6 Music, TF6, Série Club). Président de Studio 89, société de production audiovisuelle (Groupe M6).

Depuis août 2009 Président du Directoire de RTL (RTL, RTL2, FUN Radio, IP).

Conseils d'Administration

- Membre du Conseil de Surveillance de M6 (01/2010)
- Administrateur de CLT-UFA (08/2009)

Christopher Baldelli interviendra au cours du débat « Les nouvelles stratégies numériques de la radio et du secteur de la musique ».

Keynote Speaker

Marc Feuillée



Directeur général Le Figaro

Né le 1^{er} septembre 1962, diplômé de l'Institut politique de Paris et de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales (HEC), Monsieur Marc Feuillée fut contrôleur de gestion à la holding du Groupe Presse Hachette (1987-1990). Il rejoignit la SA Groupe Express où il fut contrôleur de gestion puis directeur de la gestion (1990-1994) et directeur financier de la SA Groupe Express (1994-1996). Directeur général adjoint du Groupe LSA et Cie (éditeur de l'hebdomadaire « LSA – Le Journal de la Distribution ») (1997), il devint en 1998 membre du directoire et directeur général adjoint de la SA Groupe Express.

Nommé en 1999 directeur général de la SA Groupe Express, il fut parallèlement directeur général du pôle information générale regroupant les Groupes Express et Expansion – devenu en janvier 2002 Groupe Express-Expansion (2002-2006). Il est nommé en septembre 2006 président du directoire du Groupe devenu en 2008 Groupe Express-Roularta. C'est en janvier 2011 qu'il prend la direction générale du Groupe Figaro. Il a été Président du Syndicat de la Presse Quotidienne Nationale (SPQN) de juillet 2011 à juillet 2014.



149

heures de vidéo
regardées par an

39

sites internet masculins
dans ses favoris

59

minutes d'écoute radio
en dehors de chez soi
chaque jour

LA CONNAISSANCE
DE TOUS LES COMPORTEMENTS
MÉDIAS ET MULTIMÉDIAS



Mediametrie

Table 2

Des médias réinventés ?

Intervenants

Nicolas Bailly, Président-Directeur général de Touscoprod

Vincent Beauvils, Directeur de la rédaction de Challenges

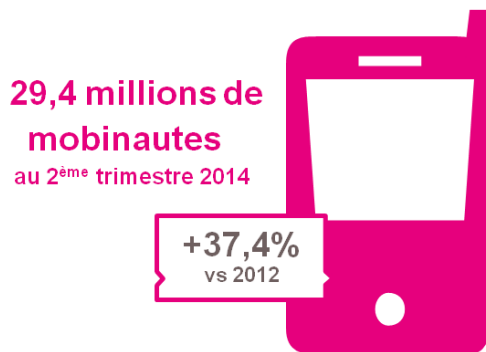
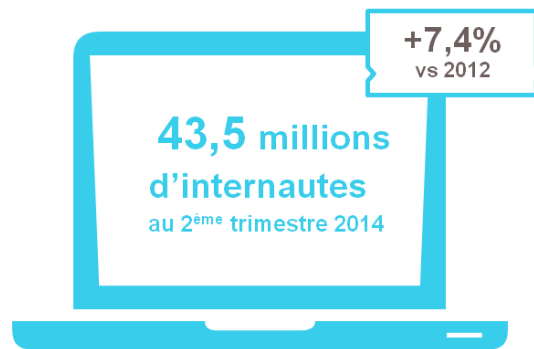
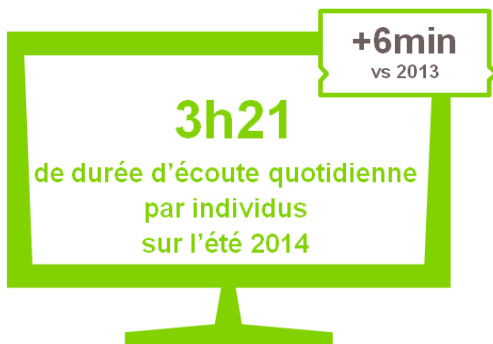
Jean-Luc Chetrit, Président de Carat France

Bernard Gassiat, Président du Club des Annonceurs

Laurent Guimier, Directeur de France Info

Gérald-Brice Viret, Directeur Délégué des chaînes de télévision France et international Lagardère
Active

> Une consommation croissante des écrans...

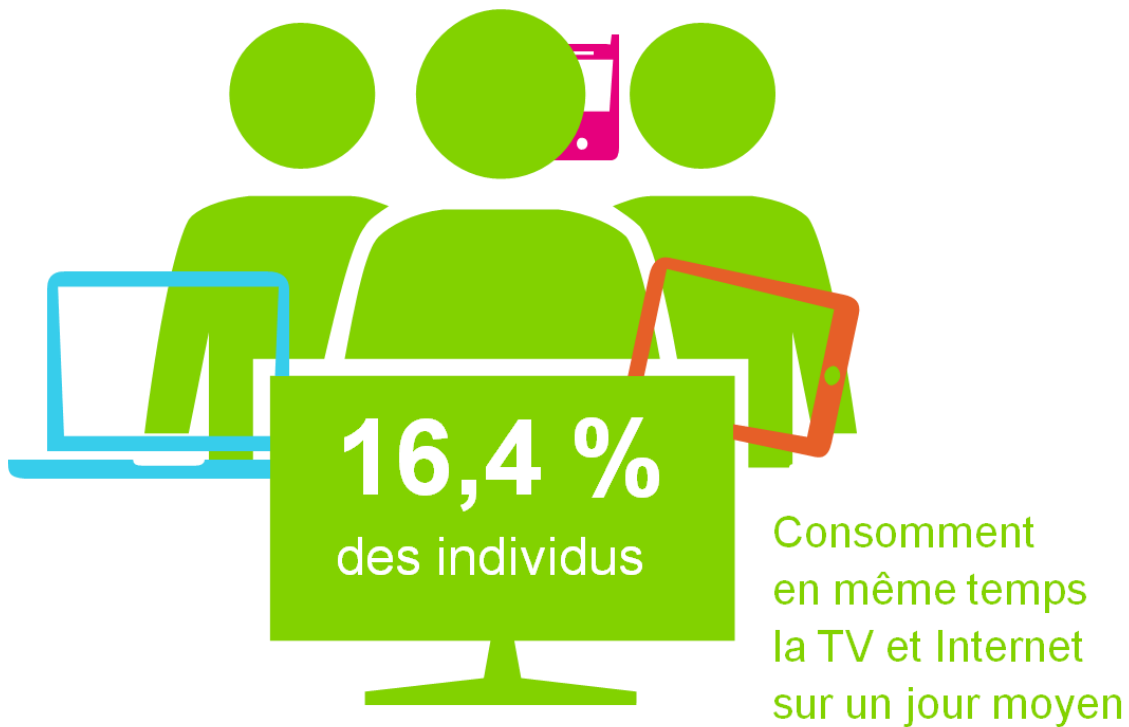


- ▶ Source TV : Médiamétrie – Mediamat – juillet-août 2013 & 2014
- ▶ Source Ordinateur : Médiamétrie OUI – T2 2012, T2 2014
- ▶ Source Mobile : Médiamétrie TSM – T2 2012, T2 2014
- ▶ Source Tablette : Médiamétrie REM (T2 2012), Home Devices (T2 2014)

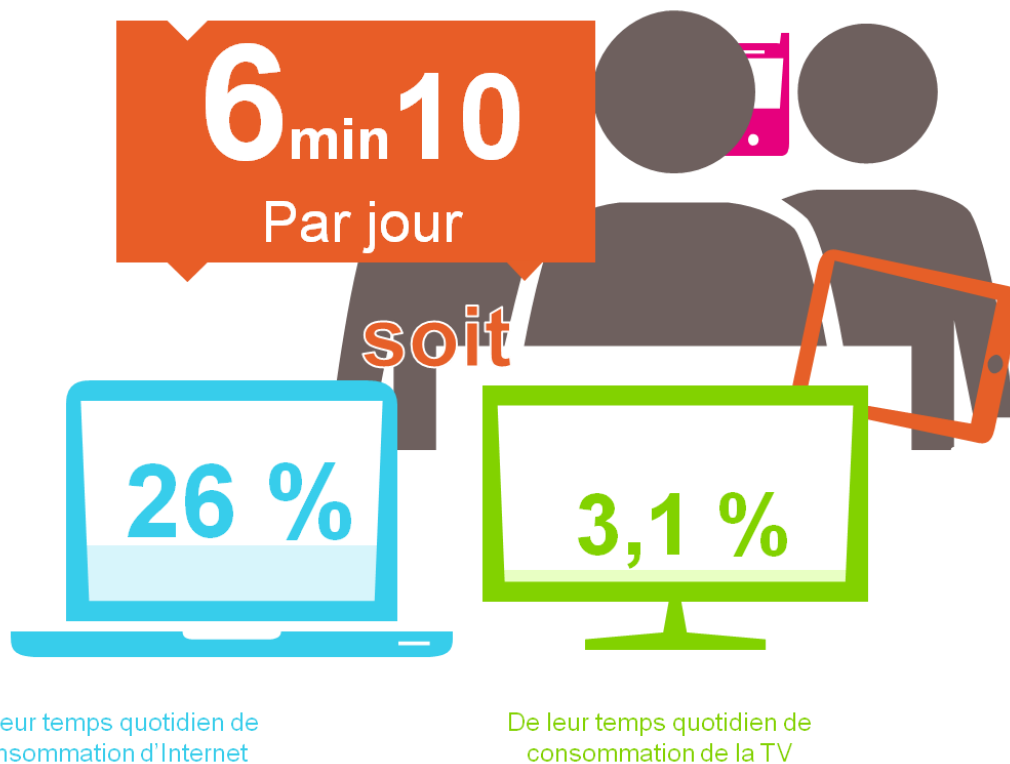
> Et un mariage réussi entre la TV & l'internet



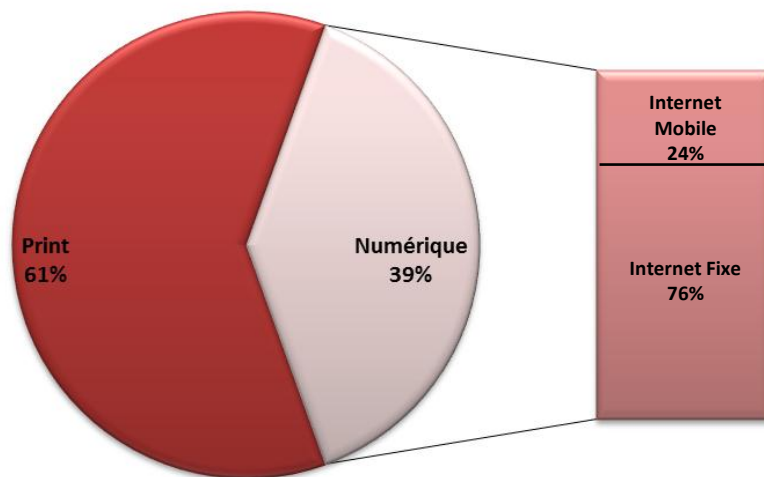
> La mesure du multitasking



> La durée moyenne du Multitasking



Presse : répartition de la consommation entre print et numérique



La part croissante de la lecture numérique

La lecture papier reste encore majoritaire. Elle représente en moyenne 61% des lectures d'une marque de presse (contre 63% il y a 3 mois).

Les lectures numériques continuent de progresser avec 39% des lectures (contre 37% il y a 3 mois).

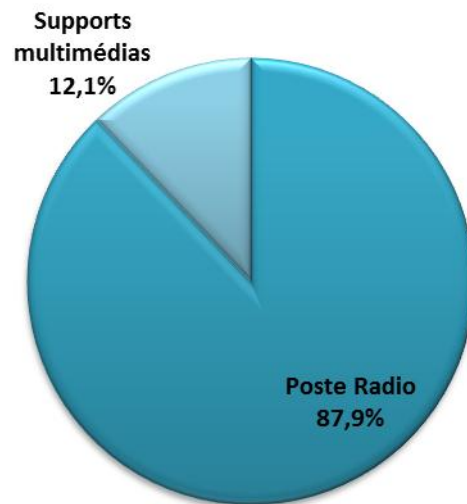
Radio : répartition de la consommation entre le poste et les supports multimédias

La part croissante de la consommation Radio sur supports multimédias

Plus de 12% du volume d'écoute de la radio se fait sur des supports multimédias vs 10,6% l'année précédente.

A noter que les auditeurs écoutent la radio 2h57 par jour, une durée stable depuis 10 ans.

Chez les 13-24 ans, plus du quart (26,4%) ont écouté la radio sur un téléphone mobile, une tablette, un ordinateur, un téléviseur ou un baladeur numérique au cours de cette saison. Ce chiffre était de 11,3% il y a quatre ans.



Source : Médiamétrie, 126 000 Radio (Global Radio Volet 2), Lun-Ven 5h/24h, 5 sem entre sept et oct 2013

TV : Répartition de la consommation entre la TV et autres supports

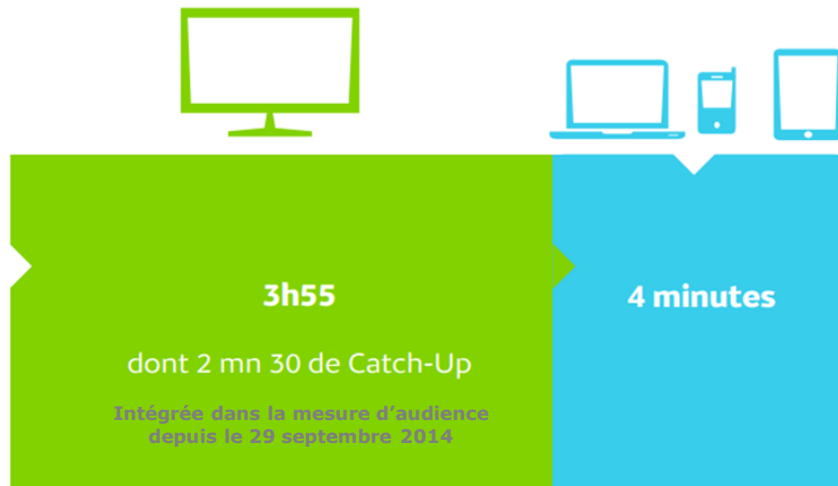
La part croissante de la consommation TV sur le numérique

La consommation de la télévision observe un léger **recul** avec une durée d'écoute globale par les individus 15+ de 3h55 en moyenne par jour, sur le 1^{er} semestre 2014. Soit une **baisse de 7 minutes** par rapport à l'année 2013 (à 4h02).

Début 2014, la télévision de rattrapage sur le poste de télévision représente 2 minutes 30 des 3h55 d'écoute globale de la TV.

Si l'écoute traditionnelle de la TV est en retrait, elle **augmente** en contrepartie sur les autres **supports numériques** (PC, tablettes & mobiles) avec une durée d'écoute moyenne par jour de 4 minutes. Ainsi, chaque jour **2 millions de français** consomment la TV sur d'autres écrans (+20% en un an).

Durée d'écoute en live + différé + catch up



Source : Médiamétrie – Médiamat (janvier – août 2014) ; Global TV (avril - juin 2014) – Ind 15+

T2 / Des médias réinventés ?

Nicolas Bailly

Président-Directeur général de Touscoprod



Nicolas Bailly Fondateur de touscoprod, Nicolas développe l'idée du crowdfunding dédié à l'audiovisuel dès 2006.

Après des études de commerce, il démarre sa carrière en avril 1998 chez TVRS 98, radiodiffuseur hôte de la Coupe du Monde de Football 98. Puis il crée Cirano, société de courtage d'assurance et de service automobile qui devient un des acteurs majeurs du marché français.

En 2006 il diversifie ses activités dans la production et participe en tant que producteur associé à "Sous les bombes" (2008) long-métrage de Philippe Aractingi et "Banja" série d'animation d'Eric Berthier. C'est à cette époque que germe l'idée de touscoprod pour aboutir au lancement du site le 20 janvier 2009. En parallèle il intervient en tant que chargé de cours sur l'impact d'Internet sur la création à la Sorbonne3 (UFR Arts & Médias). Depuis 2011 il exerce également le mandat de Président du Zénith d'Amiens (SEM ZAM) et depuis 2014 celui de Vice-Président en charge du numérique du Pôle Média Grand Paris.

Touscoprod - 1er site de crowdfunding pour les films - a déjà récolté près de 3,5 millions d'euros pour plus de 350 films, dont 6 sélections au Festival de Cannes, 2 nominés aux Oscars, 1 Ours d'Or à Berlin,..., des succès d'estime qui récompensent un catalogue de films qui n'auraient pas vu le jour sans le soutien communautaire proposé par touscoprod.

Notre devise: Favoriser la création audiovisuelle et organiser sa diffusion !

Vincent Beauflis

Directeur de la rédaction de Challenges



Directeur de la rédaction de Challenges
Président du Sommet de l'économie

Après des études à l'école des Hautes Etudes Commerciales, dont il est sorti diplômé en 1975, Vincent a consacré toute sa carrière au journalisme économique. A 50 Millions de consommateurs (1977/1979), le mensuel consommériste, il a découvert l'enquête contradictoire. Auprès de Jean Boissonnat, patron de L'Expansion (1979/1989), il a appris la rigueur, avant de se frotter aux grands débats de société en tant que rédacteur en chef des Forums de L'Expansion (1987/1989). Il s'est familiarisé enfin au rythme de l'actualité comme rédacteur en chef-adjoint de L'Express (1990/1993).

Depuis, il n'a cessé de diriger des magazines économiques : Le Nouvel Economiste (1993/1997), Management (1999/2001), avant que sa rencontre avec Claude Perdriel, en tant que conseiller du Nouvel Observateur (1998) ne pousse ce dernier à l'appeler en 2001 comme directeur de la rédaction de Challenges. Ensemble, ils ont transformé le magazine mensuel en quinzomadaire, puis hebdomadaire, avec 650 000 lecteurs. Le Sommet de l'Economie, est la quatrième déclinaison de la marque Challenges, après challenges.fr, Before Dinner et ChallengeSoir.

T2 / Des médias réinventés ?

Jean-Luc Chetrit

Président de Carat France



Jean-Luc CHETRIT, 49 ans, est diplômé de l'École de management de Lyon (EM Lyon). Il a débuté sa carrière au sein du département commercial de Procter & Gamble. Il rejoint Nestlé en 1994, où il occupe, en France puis en Asie, des responsabilités croissantes tant dans le Marketing (Marque Nescafé) que dans le développement des Grands Comptes (Carrefour, Tesco, Walmart).

En 2005, il rejoint Gillette Europe où il prend la Direction des Grands Comptes internationaux. De retour chez Procter & Gamble, il est nommé à la tête de la direction commerciale France et Europe de plusieurs grands comptes du groupe.

En 2009, Jean-Luc CHETRIT devient directeur Marketing Communication de Procter & Gamble France et membre du comité de direction. À ce poste, il a notamment mis en place avec succès une nouvelle organisation marketing et un nouveau modèle de collaboration avec les agences et les partenaires media, permettant le développement de plans de communication plus intégrés. Il a aussi mené le développement rapide des activités digitales et de « brand content », récompensés par de nombreux Prix. Il est également membre du Comité de direction de l'Union des Annonceurs.

En octobre 2012, il est nommé Président de Carat France (filiale de Dentsu Aegis Network) pionnier du conseil media et d'achat d'espaces publicitaires en Europe et dans le monde. Il devient également en 2013 vice-président de l'UDECAM.

Bernard Gassiat

Président du Cub des Annonceurs



Elu président du Club des Annonceurs depuis octobre 2011, club qui regroupe plus de 150 adhérents appartenant à 120 grandes entreprises, Bernard Gassiat a par ailleurs conduit la construction de la marque CIC après un parcours en agence, chez Havas.

T2 / Des médias réinventés ?

Laurent Guimier

Directeur de France Info



Diplômé de l'IEP Paris et du Centre de Formation des Journalistes, Laurent Guimier intègre Europe 1 en 1994 en décrochant la « Bourse Lauga ». Journaliste politique, présentateur puis rédacteur en chef de la matinale, il plonge dans l'univers digital en 2006 en rejoignant le groupe Figaro pour diriger la rédaction du Figaro.fr. En deux ans, le site devient leader des sites d'information français.

De retour chez Lagardère Active en 2008, Laurent Guimier dirige successivement la rédaction d'Europe 1, l'information numérique de LA (Europe 1, le JDD, Paris Match), développe des émissions de radio innovantes (Des Clics et des Claques ou Le Vrai-Faux de l'Info) et crée LeLab, site internet d'information politique.

En mai 2014, il rejoint le groupe Radio France et son nouveau président Mathieu Gallet pour diriger France Info, chaîne d'information en continu du service public de l'audiovisuel.

Gérald-Brice Viret

Directeur Délégué des chaînes de télévision France et international Lagardère active



Au cours des 15 dernières années, il a dirigé plusieurs chaînes de télévision nationales, généralistes ou thématiques, gratuites ou payantes : NRJ 12, Chérie 25, NRJ Hits, TMC et Voyage.

Il a par ailleurs présidé le "Groupement TNT" jusqu'à la dissolution en 2009 de cet organisme d'accompagnement du lancement de la TNT en France. Il avait auparavant effectué la première partie de sa carrière dans le secteur des télévisions locales et régionales (8 Mont-Blanc, TLM, Antilles TV, France 3).

Depuis le 4 juin 2013, il préside l'ACCeS (Association des Chaînes Conventionnées éditrices de Services).

Rencontre européenne

jeudi 12 mars 2015 au Forum des images

L'Europe sera culturelle
ou ne sera pas !

Scam*

35 000 auteurs racontent le monde www.scam.fr

Keynote Speaker

Stéphane Richard



Président Directeur général d'Orange

Stéphane Richard est diplômé de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales (promotion 1983) et ancien élève de l'Ecole Nationale d'Administration (promotion Fernand Braudel, 1987).

A sa sortie de l'ENA, il est affecté à l'Inspection Générale des Finances, où il passe quatre ans (1987-1991).

En 1991, il est nommé conseiller technique en charge des industries électroniques et informatiques au cabinet de M. Dominique Strauss-Kahn, ministre de l'industrie et du commerce extérieur.

En 1992, il rejoint la Compagnie Générale des Eaux d'abord en tant qu'adjoint au directeur financier du groupe, puis il est nommé en 1994 directeur général de la Compagnie Immobilière Phénix.

En 1997 il prend la présidence de la CGIS (Compagnie Générale d'Immobilier et de Services) devenue Nexity qui regroupe toutes les filiales à dominante immobilière de Vivendi.

En janvier 2003, il devient directeur général adjoint de Veolia Environnement et directeur général de Veolia Transport.

De mai 2007 à juin 2009, il est directeur de cabinet du Ministre de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi.

Il rejoint le Groupe France Telecom Orange le 1er septembre 2009, est nommé directeur général le 1er mars 2010, puis Président-directeur Général le 1er mars 2011.

Administrateur de l'Opéra National de Paris.

Il est Chevalier de la Légion d'Honneur et Officier dans l'Ordre National du Mérite.

Orange a 20 ans



A l'échelle du digital, 20 ans, c'est très long. Pourtant, à 20 ans, Orange est encore jeune et évolue ! Au cœur de la révolution digitale où de nouveaux services et usages apparaissent chaque jour, Orange innove toujours davantage pour vous connecter à ce qui est essentiel dans votre vie.

www.orange.com



Table 3

Nouveaux comportements: quelle société en 2020 ?

Intervenants

Patrice Duchemin, Spécialiste des comportements de consommation

Emmanuelle Lallement, Ethnologue et maître de conférence CELSA

Arnaud Mercier, Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication de l'Université de Lorraine

> Multiplication des points de contact médias

Nombre d'écrans en moyenne par foyer

6,3
en 2014



dont écrans
connectés

+10%
en 3 ans



Évolution des contacts quotidiens
avec les médias

45,1
+6% en 2 ans

Périmètre : Poste de télévision, consoles de jeux TV, Consoles de jeux portables, Téléphonie mobile, Micro-ordinateur, Baladeurs multimédia avec fonction vidéo, Tablettes tactiles

► Home Devices, T3 2014 (Référence des Equipements Multimédias – T4 2010, 2012 et 2013 - Médiamétrie- GFK. Copyright, tous droits réservés)

► Media In Life – Base Lundi-Dimanche cumulés 2010, 2012 et 2013, 2014 (Vague intermédiaire) - 00h-24h Ensemble 13 ans et plus, nombre de contacts par jour et par personne Toutes localisations, avec ou sans accompagnement, avec ou sans activité courante

HORIZON 2020 – Etude tendances des médias

Le dispositif d'analyse

Une démarche en trois temps :

- > **l'analyse de la société française** à partir des indicateurs économiques, politiques, sociologiques, démographiques, et physiologiques qui a permis d'identifier 7 phénomènes sociétaux majeurs ;
- > **l'analyse de l'impact de ces phénomènes sur les médias** en termes d'usages, d'offres, de distribution et de modèles économiques ;
- > **les orientations stratégiques et opérationnelles** à mettre en œuvre pour relever les défis à venir.

La préparation de l'étude s'est organisée autour d'un comité éditorial composé de consultants opérant dans l'ensemble des pôles d'expertise de NPA, IMCA et La Factory.

Les travaux ont été complétés par des entretiens avec des experts reconnus, porteurs d'éclairages complémentaires (politique, sociologie, économie, neurobiologie etc.): Frédérique Aribaud, Françoise Colaïtis, Pierre-Marie Lledo, Frédéric Martel, François Jost, Alex Stone, Thierry Vedel et Jean Viard.

Les phénomènes sociétaux

Les phénomènes sociétaux identifiés qui auront un impact sur les médias dans les 5 ans :

- L'ère de l'impatience
- L'heure de la retraite pour le jeunisme
- La fin de la propriété et l'avènement du « CO »
- Vers une société de réseaux identitaires
- Crise de la représentation : l'avènement d'une nouvelle citoyenneté
- De l'innovation pour l'innovation à la création de valeur
- Hypercommunion : l'avènement de l'émotion sociale

HORIZON 2020 – Etude tendances des médias

L'ère de l'impatience

« Depuis la naissance de la société - 4500 avant JC jusqu'aux années 2000, soit une fenêtre de 6500 ans, l'humanité a produit sur la planète 5 hexabites. Or, de 2000 à 2012 la même planète a produit 5 hexabites non pas en 6500 ans mais en 2 jours, en 2013 en 10 mn et en 2014 toutes les 5-7 minutes. Et là le cerveau est en danger car il n'est pas fait pour traiter 5 hexabites toutes les 5 minutes. C'est impossible. » **Pierre-Marie Lledo**

Si une heure dure toujours une heure, le temps semble aujourd'hui s'accélérer. De ce fait, la notion de « toujours plus vite » s'impose comme un credo valable dans tous les champs de la vie courante.

Cette évolution provoque de rapides basculements, parfois mal anticipés, générant à la fois de nouveaux plaisirs pour l'homme et de nouvelles zones d'inconforts.

En 2012, les Français prennent 22 minutes pour déjeuner sur le pouce, contre 1h38 il y a 20 ans. (source : Malakoff Médéric).

Autre exemple: Felix Baumgartner a parcouru environ 37 kilomètres lors d'une chute libre de 4 minutes.

En 1954, le meilleur temps en train pour un Paris - Marseille était 8 h 03.

L'heure de la retraite pour le jeunisme

« Le regard de la société au sens large a aussi changé sur la vieillesse. On n'est plus sur le culte du jeunisme, l'important est aujourd'hui de se demander comment vivre mieux en prenant de l'âge. Vivre bien pour un senior et être entouré, vivre bien financièrement parlant, le lien intergénérationnel et une bonne santé. »

Frédérique Aribaud

Même si l'idée du jeunisme reste encore très prégnante dans la société française, le concept de senior a fait son chemin et les médias commencent réellement à s'y intéresser. Ce marché en croissance est à saisir dès maintenant, garanti par les évolutions démographiques, de nouveaux besoins émergents, et le soutien de l'Etat (la « Silver économie »).

En 2020, plus d'un quart de la population aura plus de 60 ans et un tiers en 2050, contre 24% aujourd'hui selon la projection de l'INSEE.

HORIZON 2020 – Etude tendances des médias

La fin de la propriété et l'avènement du « CO »

« Un jour nous repenserons au XX^{ème} siècle, et nous nous demanderons pourquoi nous possédions tant de choses »

B. Walsh

Cette nouvelle culture du partage et de l'économie collaborative continue de se développer. Le capitalisme qui se fonde sur le droit à la propriété des moyens de production est petit à petit remis en cause. Un avenir où la propriété serait partagée, échangée ou troquée entre particuliers voit le jour.

Les offres de l'économie collaborative continuent ainsi de se diversifier dans le transport, l'hébergement, mais aussi des offres qui surfent sur de nouvelles attentes : retour à l'authentique, au local, aux voyages solidaires.

L'aspect symbolique du bien diminue face à sa fonctionnalité.

D'ailleurs, 3 internautes sur 10 ont déjà loué un logement à un particulier et cette tendance devrait continuer de progresser (source : Observatoire du e-tourisme 2014, Next Content).

Autre exemple: les 18.000 Velib en circulation ont été utilisés 35 millions de fois en 2013 contre 28 millions en 2008. En parallèle, le trafic automobile a diminué de 24 % depuis 2001 (source : Le Monde).

Vers une société de réseaux identitaires

« C'est bien parce que la société se fragmente qu'on recherche à ressouder les liens sociaux. Se regrouper est un besoin anthropologique qui s'est modifié. Aujourd'hui, au lieu d'aimer son prochain, on aime son lointain. On se regroupe toujours, mais avec des gens à distance, en fonction de sa communauté numérique, de sa diaspora. »

François Jost

Deux phénomènes apparemment contradictoires se conjuguent au sein de la société française : d'une part la fragmentation de la société et, d'autre part, un processus de recomposition grâce aux nouvelles technologies.

Une société transnationale de réseaux se met ainsi en place, défiant les logiques territoriales et redessinant les communautés à la faveur des goûts et des intérêts de chaque individu (culturels, politiques, culturels, sportifs etc...).

Ainsi, une multiplication de sites de rencontres religieux voient le jour : Mektoube (600.000 inscrits), Jdream (220.000 VU par mois), Theotokos (8.000 membres) (source : Le Figaro).

HORIZON 2020 – Etude tendances des médias

Crise de la représentation : l'avènement d'une nouvelle citoyenneté

« Nombreux sont ceux qui souhaitent s'engager au-delà ou à la place du vote. » **Marie-Cécile Naves** et **Mathilde Reynaudi**

L'ensemble du système (politique, médiatique, culturel) est aujourd'hui questionné : la société française, fragmentée et diverse, s'interroge sur son rapport au pouvoir, remettant en question la « société des élites » et dénonçant un système médiatique grippé.

En réaction à ces phénomènes, le citoyen tente de se réapproprier l'information grâce aux possibilités offertes par les nouveaux usages technologiques. D'un fonctionnement pyramidal, la société se structure progressivement de façon horizontale.

D'après le dernier baromètre de confiance dans les médias réalisé par l'institut TNS Sofres, on constate que la crédibilité accordée aux médias par les Français, bien qu'en faible hausse, reste très faible : 58% pour la radio qui arrive en tête, 55% pour la presse, 50% pour la télévision et 37% pour internet.

De l'innovation pour l'innovation à la création de valeur

« Cela fait bien quinze ans qu'on parle de mettre le consommateur au cœur de la production ou du processus d'innovation. C'est une vieille idée et pourtant peu d'entreprises se donnent les moyens d'insérer le consommateur plus haut dans la chaîne de valeur. » **Françoise Colaïtis**

L'innovation : un combat, une bataille ou encore une lutte qui permettrait de renouer avec la croissance. Les métaphores guerrières ne manquent pas dans les discours politiques. Pourtant, l'innovation ne remplit plus sa fonction principale : apporter un bénéfice utile pour le consommateur et permettre à une entreprise de se différencier de la concurrence.

L'iPhone 6 a battu un nouveau record de précommandes avec près de 4 millions de précommandes en 24h. Pourtant, 68% des français estiment qu'on leur propose des produits trop sophistiqués qui ne correspondent pas vraiment à leur besoin (source: IFOP).

Hypercommunion : l'avènement de l'émotion sociale

« Les réseaux numériques créent 2 choses :

- *des immenses mouvements d'opposition. Le numérique est un outil fantastique de contestation.*
- *De l'hyper-communion : c'est-à-dire qu'on partage tous les mêmes émotions au même moment. Par exemple quand un otage est exécuté en Syrie ou pendant la coupe du monde. Le numérique un lien extraordinaire qui nous rassemble : on partage de l'information, des émotions, des convictions, des sujets. » **Jean Viard***

Dans la société des médias et du spectacle, l'émotion est le principal levier utilisé pour générer l'attention et la persuasion des publics. Or, de profonds bouleversements dans les rapports des publics aux médias sont en train de s'opérer. Nous observons une tendance à l'événementialisation du quotidien et un engouement pour les événements mondiaux, générant une hypercommunion mondiale.

Ainsi, avec 35,6 millions de tweets émis pendant la rencontre Brésil-Allemagne de la dernière Coupe du monde de football, la demi-finale est désormais l'événement sportif le plus commenté dans l'histoire du réseau social. (source : l'opinion.fr).

T3 / Nouveaux comportements: quelle société en 2020 ?

Patrice Duchemin

Spécialiste des comportements de consommation



Diplômé de L'Ecole Supérieure de Commerce de Paris et licencié en économie et sociologie, Patrice DUCHEMIN, a géré et développé des budgets de grande consommation en agences de publicité avant de rejoindre la Cofremca (société d'études et d'observation sociologique) où il fut consultant.

Indépendant depuis 1995, il élabore pour des agences et des annonceurs des stratégies de communication intégrant la compréhension socio-culturelle des individus et de leur environnement. Il conçoit aussi des lettres de veille des mutations des comportements de consommation à partir du repérage de « micro-faits » singuliers et symptomatiques, parmi lesquelles l'Oeilbylaser la lettre mensuelle d'observation du groupe LaSer (Lafayette service).

Il est aussi enseignant au CELSA et à l'ISCOM et auteur de différents billets d'humeur hebdomadaires sur le net.

Emmanuelle Lallement

Ethnologue et maître de conférence CELSA



Emmanuelle Lallement est ethnologue, maître de conférences à Paris-Sorbonne-Celsa, membre du Grépice (Groupe de recherche sur les processus d'information et de communication) et chercheur associé au IIAC (Institut Interdisciplinaire d'Anthropologie du Contemporain). Elle travaille depuis une dizaine d'années sur Paris, en multipliant les enquêtes de terrain sur diverses situations urbaines : les quartiers, les commerces, les pratiques festives. Son ethnologie vise à comprendre la fabrication de la ville aujourd'hui.

Elle est l'auteur de La ville marchande. Enquête à Barbès (Téraèdre 2010) et de nombreux articles sur les espaces marchands et les pratiques de consommation ainsi que sur les opérations d'aménagement urbain et l'événementiel culturel et festif (Paris-Plage, Nuits Blanches, Voies sur Berge). Elle vient de publier "Paris résidence secondaire. Enquête sur ces habitants d'un nouveau genre" avec S. Chevalier et S. Corbillé aux éditions Belin (2013). Elle enseigne l'anthropologie du contemporain, qu'elle déploie sur cinq volets : anthropologie économique, anthropologie politique, anthropologie urbaine, anthropologie de l'entreprise, anthropologie de la communication interculturelle

Arnaud Mercier

Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication de l'Université de Lorraine



Lauréat de l'IEP de Paris en 1989, puis docteur en science politique à l'IEP en 1994, il a été élu maître de conférences en science politique à la faculté de droit de l'université de Nice en 1996. Il est devenu professeur en Information et de la communication à l'Université de Lorraine – Metz et chercheur au CREM, en 2005.

Il est fondateur et responsable de l'Observatoire du webjournalisme. L'objectif du programme de recherche OBSWEB est de comprendre les transformations en cours au sein de ces institutions de presse que sont les rédactions avec le passage des équipes au web et à l'écriture multimédia.

Après avoir été en 2004, membre du groupe de réflexion auprès de R. Descoings pour la création du master de journalisme à l'IEP de Paris, il a créé à Metz en 2009, une licence professionnelle entièrement dédiée au journalisme numérique devenue en 2013 le Master « Journalisme et médias numériques » dont il est le co-responsable avec Nathalie Pignard-Cheynel.

Il est responsable du projet de recherche financé par l'ANR : « Circulation et partage des informations sur les réseaux socionumériques et transformations du journalisme ».

Il assure l'organisation annuelle (depuis 2010) des Entretiens du webjournalisme (université de Lorraine à Metz), confrontant scientifiques, journalistes et autres professionnels de l'information. Et il est devenu à ce titre co-organisateur des Assises internationales du journalisme, à Metz, en novembre 2013 & octobre 2014.

Il a été de 2004 à 2006, directeur du Laboratoire Communication et Politique, du CNRS, à Paris, puis de 2008 à 2010, il fut directeur de l'UFR Sciences Humaines et Arts, université Paul Verlaine de Metz.

Il est l'auteur de nombreuses publications académiques sur la communication politique, les rapports entre guerres et médias, le traitement journalistique de l'actualité, les évolutions numériques de la presse et du journalisme, l'usage des réseaux socionumériques par les citoyens, les politiques et les journalistes.

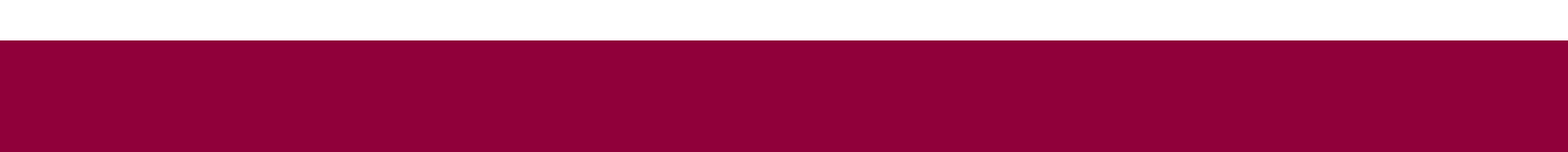


Table 4

L'Afrique, nouvel horizon pour le numérique ?

Intervenants

Yves Bigot, Directeur général de TV5 Monde

Cécile Mégie, Directrice de RFI

Constant Nemale, Président d'Africa 24

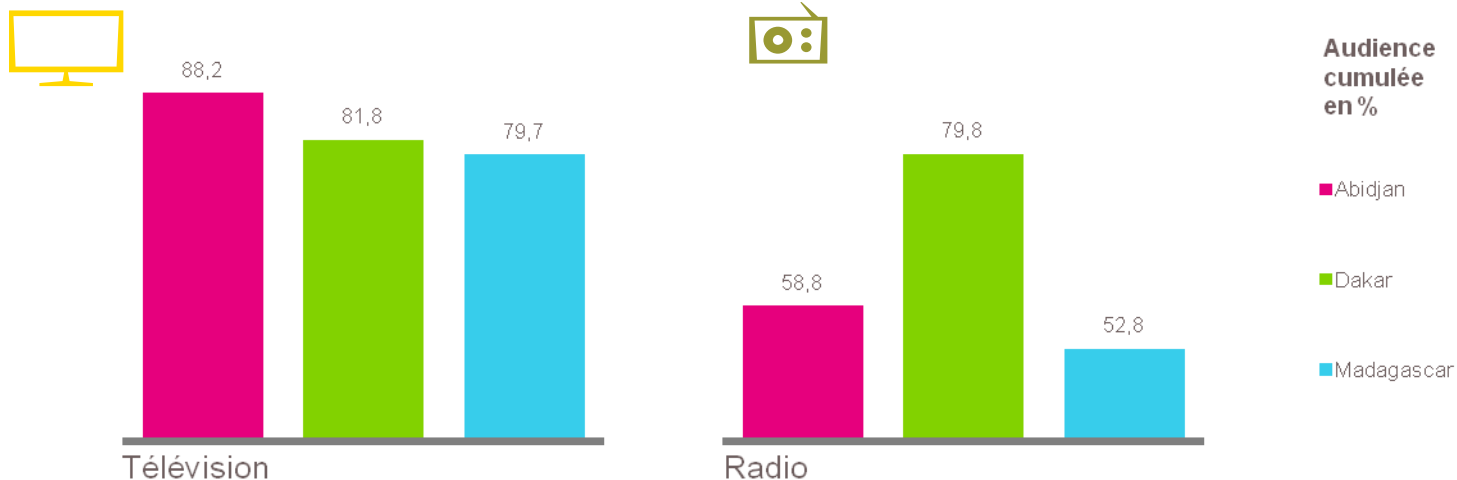
Pierre Ouadraogo, directeur de la Francophonie numérique de l'OIF

Jean-Christophe Ramos, Directeur des Affaires Corporate Afrique de Canal +

Ibrahim Sy Savane, Président de la Haute Autorité de la Communication
Audiovisuelle de Côte d'Ivoire

> Afrique : quelques repères TV & Radio sur 3 territoires

- Abidjan, Dakar, Madagascar



>Base : 15+ vivant dans les zones considérées

>Abidjan : 2 757 415 individus 15+ (équipés TV : 98,2%)

>Dakar : 1 595 002 individus 15+ (équipés TV : 98,5%)

>Madagascar (Antananarivo, Antsirabe, Mahajanga, Toamasina) : 2 025 443 individus 15+ (équipés TV : 93,1%)

L'Afrique, nouvel horizon numérique

Le mobile au cœur de la révolution technologique



67 millions de Smartphones

Réseau mobile **3G** présent dans plus de 30 pays



65% des ménages (700 millions individus) des pays subsahariens ont au moins un téléphone mobile

45x plus de téléphones mobiles que de fixes

L'Internet mobile au Sénégal représente 80% de l'internet global

Le développement de l'accès internet continuera de passer par le mobile

Le **taux de pénétration internet** est aujourd'hui assez faible (**16%**) mais il est amené à atteindre près de 50% d'ici 2025. Internet continuera de privilégier les réseaux 3G et 4G.

L'accès à internet fixe est aujourd'hui **cher** car la majorité des serveurs sont installés en dehors du continent. Les opérateurs sont dépendants du **câblage sous-marin**. **La donne pourrait changer avec le développement d'opérateurs d'infrastructures panafricains** (Liquidtelecom : 17 000 km de fibres à travers 12 pays)

L'essor de hubs technologiques en Afrique

Les 700 millions d'abonnés mobiles privilégient les services et applications développés sur le continent.

La **renaissance du numérique** en Afrique passera par le développement de Hubs technologiques qui tenteront d'augmenter l'apport d'Internet dans le PIB (1.1% contre 3.7% dans les pays développés)

90 hubs

technologiques: 50% des pays africains en ont au moins un



Les géants du Web investissent en Afrique

Les géants du Web s'adaptent aux spécificités locales et investissent dans des projets visant à réduire les coûts de connexions pour accroître leur nombre d'utilisateurs.

- **80% des africains se connectent à Facebook via leur mobile.** Le réseau social lance avec d'autres partenaires l'application internet.org qui donne accès à des services de base gratuits

- **Google** investit près de 14 millions de dollars dans la région de Kampula pour développer le réseaux de fibre optique.

- **Microsoft** s'associe avec Huawei et lance un smartphone à moins de 100\$.

La transition TNT en Afrique

2006

Engagement des pays africains devant l'Union internationale des télécommunications à assurer la transition vers le numérique terrestre d'ici 2015

Oct. 2014

Trois États ont achevé la migration vers la TNT

Juin 2015

Date limite pour l'adoption de la TNT pour les pays africains

2020

33 pays ont obtenu la prolongation de la diffusion de la bande analogique jusqu'en 2020

Sénégal : transition TNT confiée à l'opérateur local EXCAF TELECOM

Guinée : transition TNT confiée à l'opérateur chinois de bouquets satellites **Star Times**

RD Congo : dénonciation de l'accord passé avec Star Times en raison de son coût

Côte d'Ivoire : le Premier ministre assure la présidence du comité national de migration vers la TNT

Transition TNT achevée :
Rwanda, Tanzanie, Maurice

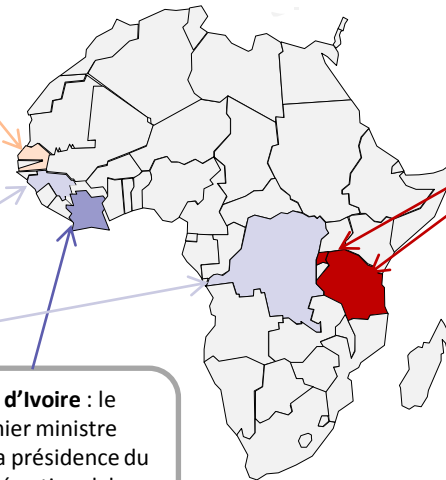
Bataille internationale pour la mise en place et la gestion des infrastructures



Alcatel-Lucent

THOMSON
BROADCAST

ZTE中兴



Les enjeux de la transition TNT en Afrique

Financer le coût de la transition

Sénégal : transition estimée à 60M€ (39MrdFCFA)

Mali : transition estimée à 70M€

Maroc : « *il faudrait investir au moins 80M€ pour sauver la télévision terrestre marocaine d'une mort annoncée* »

N.Raghay, ancien directeur général de la Haute autorité de la communication audiovisuelle (HACA)

1^{er} enjeu du continent : l'équipement de la population en décodeurs TNT

(Rwanda : black-out pour 27 % des ménages équipés TV faute de décodeur)

Maroc : 8% des foyers équipés pour recevoir la TNT)

Développer de nouvelles offres TV

Refonte à venir du PAF africain
Poids actuel des chaînes internationales (25% - 60% de l'audience selon les pays)

Offensive des groupes internationaux pour trouver une place sur la TNT

Opportunités de la TNT pour les chaînes nationales pour reconquérir le marché. A condition d'investir dans les programmes



Equiperment et accès : une forte concurrence

La TNT confrontée à un problème d'équipement : la pénétration du mobile est plus importante que celle de la pénétration TV (disparités fortes entre pays et entre zones urbaines et rurales)

L'internet mobile écrase le marché de l'internet (pauvreté des infrastructures fixes, peu adaptées aux caractéristiques géographiques et sociales du continent)

L'équipement et les usages en téléphonie mobile sont très répandus et ouvrent la voie à de **nouvelles formes de consommation TV**

Succès croissant de la VoD porté par Nollywood et les opérateurs télécoms

Des réussites à l'échelle du continent
iROKOTv, « Netflix africain »

Succès de **YouTube** et nouvelles stratégies d'exposition pour les programmes (+30M de vues pour le sitcom sénégalais **DINAMA NEKH**)

Les acteurs institutionnels internationaux de la transition numérique

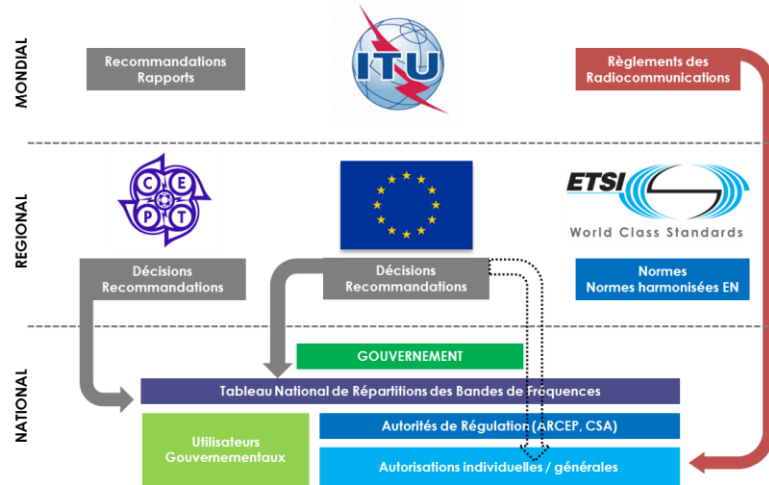
Echelle internationale :

- **L'UIT, organisation de l'ONU**, a pour mission d'assurer l'utilisation rationnelle, équitable et économique des fréquences par tous les services de radiocommunication, ainsi que des positions orbitales.
- Les membres de l'UIT s'accordent tous les 3 ou 4 ans lors de **Conférences mondiales des radiocommunications** sur une révision du Règlement des Radiocommunications (RR).
- Le RR attribue **les bandes de fréquences à des services selon les 3 zones géographiques**, suivant les exigences d'efficacité spectrale et de non brouillage entre Etats-membres.
- **L'OIF** contribue au renforcement des capacités des **pays francophones** pour **la mise en place de processus de transition de la radiodiffusion analogique vers le numérique** à travers l'organisation de concertations, de sessions de formation et de mise à disposition d'expertises pour le développement des stratégies nationales.

Echelle européenne :

- **La Conférence européenne des postes et télécommunications (CEPT)** conduit les études techniques et adopte le tableau européen des fréquences.
- Elle est assistée dans ses travaux par **l'Electronic Communications Committee (ECC)**, comité de la CEPT qui définit en particulier les conditions harmonisées d'utilisation des fréquences en Europe sur la base des allocations du Règlement des Radiocommunications.
- **L'Institut européen de normalisation des télécommunications (ETSI)**, produit les normes permettant d'assurer notamment la conformité avec la Directive R&TTE régissant la mise sur le marché commun des transmetteurs radio-électriques.
- Alors que la CEPT peut simplement inciter les Etats à l'harmonisation, **l'échelon de l'Union a une portée normative**. Cet échelon est depuis monté en puissance, avec les directives DECT, ERMES, mais surtout à partir de 2002 avec la décision Spectre. Celle-ci a notamment permis à la **Commission** de confier des mandats à la CEPT.

Cadre international de la régulation des fréquences



Source : ANFR

Keynote Speaker

Paul Badji

Ambassadeur du Sénégal en France et à Monaco



Le Président François Hollande et son ministre des Affaires étrangères, Laurent Fabius, ont été enthousiastes pour accepter la nomination de Monsieur Paul BADJI.

Le poste d'Ambassadeur du Sénégal en France et auprès de la Principauté de Monaco est très couru. Les diplomates disent même que ce poste est le plus important poste diplomatique pour le Sénégal. Le Président Macky SALL a fini de porter son choix sur un diplomate de carrière avec une riche expérience diplomatique, en la personne de l'Ambassadeur Paul BADJI.

Un diplomate renseigne que le Quai d'Orsay n'a fait aucune difficulté pour accepter la nomination de Paul BADJI. «La France, qui est très regardante sur le profil et la qualité des personnalités que le Sénégal accrédite à Paris, ne pouvait espérer un meilleur choix, tant Paul BADJI fait l'unanimité au sein de la famille des conseillers aux Affaires étrangères».

La carrière de ce natif de Ziguinchor (sud du Sénégal), un 28 avril 1952, est fort éloquente. Le dernier poste occupé depuis 2010 par Paul BADJI, avant d'être nommé par Monsieur le Président de la République, Ambassadeur à Paris, a été celui d'Ambassadeur du Sénégal en Belgique, aux Pays-Bas et au Luxembourg communément appelé Benelux dans les milieux des diplomates, avec résidence à Bruxelles.

Paul BADJI avait été Représentant permanent du Sénégal auprès des Nations Unies, et a eu à être président de la Première Commission pour le désarmement et la sécurité par l'assemblée générale des Nations unies. Avant son arrivée à New York en 2004, M. BADJI a été, de janvier 2002 à décembre 2003, Ambassadeur en Allemagne et en Autriche. Résidant à Bonn, il fut également Représentant permanent du Sénégal auprès de l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI), de l'Agence internationale de l'énergie atomique (AIEA), de l'Office des Nations Unies contre les drogues et le crime et de l'Office des Nations Unies à Vienne.

De 1991 à décembre 2001, M. BADJI a été Ambassadeur et Conseiller diplomatique auprès du Premier ministre, après avoir assumé depuis 1988 les fonctions de Conseiller diplomatique auprès du Président Abdou Diouf. De 1985 à 1988, il a occupé le poste de Premier Conseiller à la Mission permanente du Sénégal auprès des Nations Unies. De 1979 à 1985, M. BADJI a été chef du Département chargé des Nations Unies et des conférences internationales au ministère des Affaires étrangères. Il est entré dans ce ministère en juillet 1977, pour occuper le poste de Chef adjoint du Département des conférences internationales.

M. BADJI a obtenu une maîtrise en droit en 1975 et deux ans plus tard, un Diplôme d'études approfondies de l'Université de Dakar ainsi qu'un diplôme de l'École nationale d'administration et de magistrature (ENAM devenue ENA). En 1987, il a été auditeur à l'Académie du droit international à La Haye, aux Pays-Bas. Paul BADJI parle couramment le français, l'anglais, l'espagnol, le créole portugais, le diola, le mandingue et le wolof.

T4 / L'Afrique, nouvel horizon pour le numérique ?

Yves Bigot

Directeur général de TV5 Monde



Né en 1955 à Limoges, Yves Bigot a réalisé depuis 1973, toute sa carrière dans le monde des médias et de la musique en tant que journaliste, animateur, réalisateur, programmateur, producteur pour la télévision, la radio et la presse écrite.

Après avoir occupé des postes de direction générale dans des maisons de disque (FNAC Music production (1992-1994) puis Phonogram, devenu Mercury (1994-1997), il occupe des fonctions de Directeur des programmes à France 2 (1998-2005), puis de Directeur général adjoint en charge de l'antenne et des programmes à France 4 (2005-2006). Il est nommé Directeur des Antennes et des programmes à la RTBF et ARTE Belgique (2006-2008) puis il devient Directeur général adjoint en charge des programmes à Endemol (2008-2010). Yves Bigot est Directeur des programmes et de l'antenne de RTL d'août 2010 à décembre 2012. Depuis Décembre 2012, il est le Directeur Général de TV5 Monde. Il est l'auteur de nombreux ouvrages et a récemment publié « Brigitte Bardot, la femme la plus belle et la plus scandaleuse au monde » aux éditions Don Quichotte.

Cécile Mégie

Directrice de RFI



Cécile Mégie est Directrice de RFI depuis octobre 2012

Journaliste à RFI depuis 1995, Cécile Mégie a été successivement reporter au service Europe, chargée des dossiers européens et de l'actualité nationale des pays anglo-saxons et scandinaves puis présentatrice des journaux du matin et de la mi-journée. Elle a ensuite été nommée rédactrice en chef adjointe en 2001, puis chef du service économie en 2006 et rédactrice en chef chargée de l'information en 2008.

Cécile Mégie est diplômée du Cycle des Hautes Etudes Européennes de l'ENA (Promotion 2012) et du CHEDE, Cycle des Hautes Etudes du Développement Economique (Promotion 2008). Elle est également diplômée de l'Institut Pratique de Journalisme, titulaire d'une maîtrise de lettres modernes et d'une licence d'allemand.

T4 / L'Afrique, nouvel horizon pour le numérique ?

Constant Nemale

Président d'Africa 24



Citoyen camerounais et père de 3 adorables enfants, Constant NEMALE tenait déjà le journal scolaire de son collègue à Libamba au Cameroun.

Après des études supérieures d'Urbanisme à Tour en France, il a continué à évoluer dans l'univers médiatique et commença par occuper des postes de pigiste au journal La Nouvelle République de Tours et devient rapidement journaliste et rédacteur en chef adjoint du premier magazine dédié au basket-ball en Europe nommé Mondial Basket. C'est ensuite qu'il impulsa le lancement de plusieurs projets dans le monde des communications.

Après de brefs passages chez M6 et TV5, Constant NEMALE lança la première chaîne de télévision afro européenne et panafricaine, 3A Télésud, une chaîne généraliste, et fonda ETNIUM, la première agence de marketing & communication ethnique en France en 2001; juste avant le lancement d'AFRICA24 en Novembre 2008. AFRICA24 devient très rapidement la chaîne de télévision francophone d'information la plus regardée en Afrique.

Pierre Ouedraogo

Directeur de la Francophonie numérique de l'OIF



Né en 1955 à Limoges, Yves Bigot a réalisé depuis 1973, M. Pierre Ouedraogo est responsable à l'OIF de la mise en oeuvre de la stratégie de la Francophonie numérique – Horizon 2020 « Agir pour la diversité dans société de l'information » qui a été adopté par le Sommet des Chefs d'Etat et de gouvernement de la Francophonie en 2012 à Kinshasa (RDC). Il supervise aussi les systèmes d'information de l'OIF. Il a été responsable depuis 1998 du développement des programmes de la société de l'information à l'Institut de la Francophonie Numérique à Bordeaux puis à Paris. Ses activités incluent le suivi du sommet mondial sur la société de l'information, la gouvernance de l'internet, les logiciels libres, la formation et le réseautage des experts francophones en TIC des pays en développement. Il représente l'OIF au GAC (le Comité consultatif Gouvernemental) de l'ICANN. Il est membre fondateur de plusieurs organisations africaines dans le secteur des TIC comme AFRINIC (Registre régional africain), AfTLD (Association africaine des Noms de Domaines de Niveau supérieur), AfNOG (Groupe africain des Opérateurs des réseaux internet) et AfricaCERT (plateforme africaine des centres d'alerte en cybersécurité). Le prix « John Postel award » lui a été décerné en 2012 par l'ISOC (Internet Society) pour sa contribution au développement du numérique en Afrique. Avant de rejoindre l'OIF, il a été Chef du département des services informatiques de l'Office national des télécommunications (ONATEL) du Burkina Faso de 1996 à 1998. Pendant cette période, il a conduit la mise en place du noeud national internet et a transféré la gestion du .BF au Burkina Faso. Il détient un master en informatique de gestion et un diplôme en administration de l'Université Catholique de Louvain (Belgique). Il a aussi une Maîtrise en physique et chimie de l'Université Ouagadougou au Burkina Faso.

T4 / L'Afrique, nouvel horizon pour le numérique ?

Jean-Christophe Ramos

Directeur des affaires corporate
Afrique de Canal +



Canal + Afrique : Société en charge de la commercialisation de l'offre LES CHAINES CANAL+ et Opérateur du bouquet CANALSAT dans plus de 30 pays d'Afrique Centrale et de l'Ouest.

Diplômé de l'école supérieure de commerce de Reims, Jean-Christophe Ramos a intégré le Groupe CANAL+ en septembre 1990 après 4 années au sein du Groupe TF1 en qualité de Contrôleur de Gestion, précédées de 3 années en qualité de Responsable Administratif et Financier au sein de la société Créativité et Développement.

Directeur Financier de la chaîne CANAL+ HORIZONS en 1990, Jean-Christophe Ramos est nommé Directeur Général de MultiTV AFRIQUE en 2001 qui deviendra CANAL OVERSEAS AFRICA en 2008, puis CANAL+ AFRIQUE en 2010.

Jean-Christophe Ramos est Directeur des Affaires Corporate de CANAL+ AFRIQUE depuis juillet 2013.

Ibrahim Sy Savané

Président de la Haute Autorité de la
Communication Audiovisuelle de Côte d'Ivoire



Ibrahim SY SAVANÉ est Président de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA) de Côte d'Ivoire. Il a été Ministre de la Communication et Porte-parole du Gouvernement, dans les Gouvernements d'union de 2007 à 2010. Spécialiste de l'Economie des médias et des systèmes d'information, après avoir été journaliste à Jeune Afrique et au groupe Presse public *Fraternité Matin* dont il fut Directeur Commercial et des Etudes, puis Directeur Général avant d'exercer dans le privé. Ibrahim SY SAVANÉ a réalisé l'étude sur le *statut économique des médias ivoiriens et participé à plusieurs sessions de réflexion sur l'avenir des médias publics* en Afrique et dans l'espace francophone.

Comme Ministre de la Communication, il a impulsé plusieurs réformes parmi lesquelles la création du *Fonds de Soutien et de Développement de la Presse*. Nommé à la tête de la HACA depuis Mai 2011, outre les aspects classiques de la régulation, il a la charge de piloter le processus de libéralisation audiovisuelle et de contribuer à préparer la transition numérique. Il est un des vice-présidents du comité national ivoirien pour la transition vers le numérique. Ibrahim SY SAVANÉ a publié en Mars 2012, le récit des années de crises sous le titre "*D'espérance et de douleurs vives, au coeur de la tourmente ivoirienne*".

Il est Vice-président élu du REFRAM (Réseau Francophone des Régulateurs des Médias).

Keynote Speaker

Jean-Claude de l'Estrac

Secrétaire général de la commission de l'Océan Indien



Jean-Claude de l'Estrac a fait quelques allers-retours du journalisme à la vie publique. Engagé au quotidien mauricien l'express, en 1968, il en est déjà le rédacteur en chef adjoint lorsqu'il annonce sa décision, en 1976, d'abandonner le journalisme pour se lancer en politique. Élu cinq fois de suite, dans sa circonscription de Stanley/Rose-Hill, Jean-Claude de l'Estrac siègera tant comme député d'opposition qu'en tant que membre du gouvernement, étant successivement ministre des Affaires étrangères, du Plan, de l'Industrie.

Après son retrait de la politique, en 1995, revenu à La Sentinelle, la société qui publie le quotidien l'express, aux fonctions de directeur général, de l'Estrac y apportera une vision et un dynamisme qui en feront un véritable groupe de presse, le plus important de l'océan Indien, même de l'Afrique australe en termes de diversité. Au mois de juillet, Jean-Claude de l'Estrac assumera de nouvelles fonctions, celles de secrétaire général de la Commission de l'océan Indien.



Table 5

Un monde ouvert mais sans règle ?

Intervenants

David Assouline, Sénateur de Paris

Catherine Morin-Desailly, Sénatrice de Seine-Maritime et Présidente de la Commission des affaires culturelles du Sénat

Hervé Rony, Directeur général de la SCAM

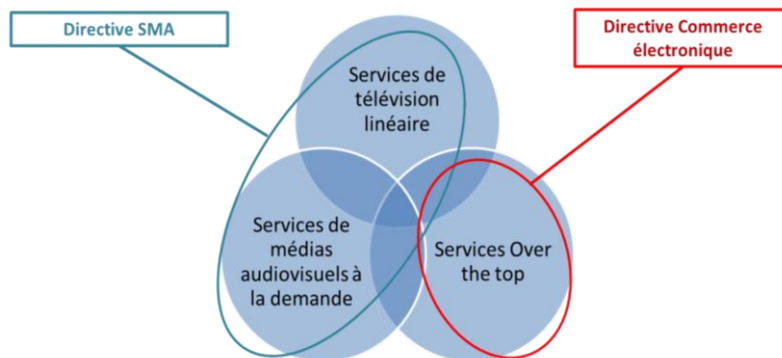
Les perspectives de modifications de la Directive SMA

Le 24 avril 2013, la Commission européenne a adopté **un livre vert sur la télévision connectée** intitulé : « *Se préparer à un monde audiovisuel totalement convergent : croissance, création et valeurs* ». Ce document a ouvert **une période de consultation publique** et a soulevé certains points de la directive SMA susceptibles d'évoluer.

Les pistes de modifications de la directive SMA induites de la consultation lancée par la Commission sont les suivantes :

- **Meilleure définition des frontières** entre les acteurs régulés par la directive SMA et ceux régulés par la directive Commerce électronique
- **Extension du champ d'application** de la directive à d'autres services
- Révision du **principe du pays d'origine** au profit de celui de pays de destination
- Garantie du **pluralisme des médias** par l'accessibilité des offres et services audiovisuels sur internet
- Meilleure régulation des **communications commerciales**

Le champ d'application des directives européennes



Dès novembre 2014, la mise en œuvre d'un **calendrier de révision de la directive** pourrait être un des sujets de la nouvelle Commission Européenne, donc les commissaires ont été renouvelés en septembre dernier :

- ❖ **Günther OETTINGER** : Economie numérique et société (Allemagne – PPE)
- ❖ **Andrus ANSIP** : Vice-président - Marché unique numérique (Estonie – ADLE)

La recherche de l'égalité fiscale entre les acteurs

« C'est sur la question fiscale que, comme souvent, nous devons être les plus pressants. »

Les entreprises du numérique installées ailleurs doivent être soumises **au même régime d'imposition** que les opérateurs historiques dès lors qu'elles diffusent sur les mêmes lieux. »

François Hollande, discours de clôture du Séminaire du CSA, 2 octobre 2014

IMPÔT RÉEL ET IMPÔT THÉORIQUE DES OVER-THE-TOP DU NUMÉRIQUE

	CA déclaré en France	CA estimé réalisé en France	IS payé par les OTT en France	IS qu'aurait payé les OTT en France sans optimisation	Taux de croissance annuel moyen CA Monde
Google	138 M€	1,4 Md€	5,5 M€	162 M€	42%
Apple	257 M€	3,2 Mds€	6,7 M€	317,5 M€	38%
Facebook	ND	140 M€	0,05 M€	21,2 M€	123%
Amazon	110 M€	890 M€	3,3 M€	10,9 M€	32%
Microsoft	584 M€	2,5 Mds€	22M€	317 M€	8%
Total	1 009 Mds€	8,13 Mds€	37,5 M€	828,7 M€	

Source : Greenwich consulting - 17 avril 2013

UNE PRIORITE NATIONALE QUI SE JOUE A L'ECHELLE EUROPEENNE

➤ La réforme de la TVA aujourd'hui engagée

Transfert, à partir du 1^{er} janvier 2015, du lieu de prestation des services de télécommunications, de radiodiffusion et de télévision ainsi que des services fournis par voie électronique à une personne non assujettie au lieu où cette personne est établie, à son domicile ou sa résidence habituelle.

Entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2015 mais reporté à 2019 la perception effective de la TVA sur les services électroniques par l'Etat de résidence du consommateur final.

➤ Le statut d'établissement stable virtuel à créer

Reconnaître aux acteurs internationaux sans établissement stable en France au sens juridique, une activité et des revenus permanents générés par leurs activités internet en France qui puissent donner lieu à une taxation.

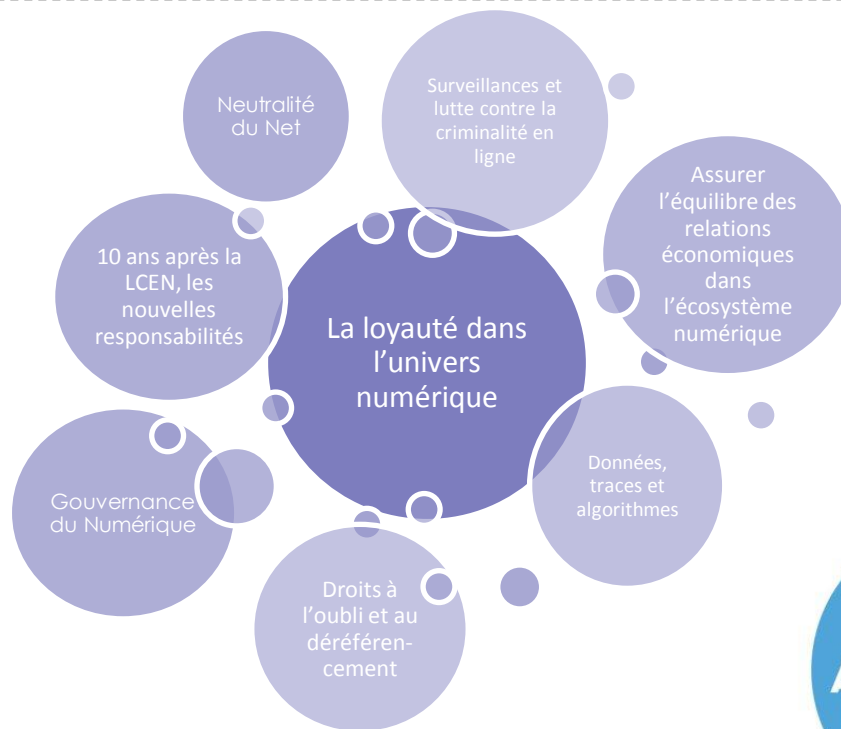
Réforme qui pourrait avoir lieu dans le cadre du projet relatif à l'assiette communautaire consolidée de l'impôt sur les sociétés (Accis).

« La France proposera, parce qu'il faut entrer dans les détails, que la notion d'établissement virtuel, puisse également être préférée à celle d'établissement stable, parce que nous avons vu qu'il y avait quelques possibilités d'évasion. En somme, il faut que les opérateurs qui agissent sur le même marché, puissent évoluer dans un cadre commun et cohérent. »

François Hollande, discours de clôture du Séminaire du CSA, 2 octobre 2014

Le futur projet de loi numérique

- **Concertation lancé le 4 octobre 2014** : l'ensemble des parties prenantes – citoyens, associations, entrepreneurs, chercheurs, élus locaux, administration – pourront partager un diagnostic et proposer des pistes de solutions sur les différentes consultations lancées, notamment celle sur la loyauté dans l'univers numérique.
- **1^{er} Semestre 2015** : présentation de recommandations par le CNNum sous la forme d'un avis public.



T5/ Un monde ouvert mais sans règle ?

David Assouline

Sénateur de Paris



Professeur et auteur

Professeur d'Histoire-Géographie, il est co-auteur de Notre Printemps en hiver (Editions La Découverte, 1987), de la trilogie Un Siècle d'immigrations en France : De la mine au champs de bataille (1851-1918), De l'usine au Maquis (1918-1945), Du Chantier à la citoyenneté 1945 à nos jours.

Fonctions

Président de la [commission sénatoriale pour le contrôle de l'application des lois](#) (jusqu'au 30 septembre 2014)

Vice-Président de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication (Audiovisuel, Jeunesse/vie associative, Cinéma, Presse)

Président du groupe d'amitié France-Japon au Sénat (jusqu'au 30 septembre 2014)

Membre du Conseil d'Administration du Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC)

Conseiller de Paris du 20ème arrondissement

Membre du Conseil des élus de la Métropole du Grand Paris

Catherine Morin-Desailly

Sénatrice de Seine-Maritime et Présidente de la Commission des affaires culturelles du Sénat



De formation littéraire, Catherine Morin-Desailly a poursuivi à l'Université de Rouen des études d'anglais qui l'ont amenée à enseigner plusieurs années dans l'enseignement secondaire mais aussi supérieur en classes préparatoires

Elue en 1995 à Bois-Guillaume, elle est adjointe au maire en charge des affaires scolaires et de la jeunesse, puis rejoint l'équipe municipale rouennaise de Pierre Albertini, député de la Seine-Maritime, en 2001. Entre 2001 et 2008, elle occupe les fonctions d'adjointe au maire de Rouen, déléguée à la Culture, aux manifestations publiques et aux relations internationales.

En septembre 2004 Catherine Morin-Desailly est élue au Sénat où elle rejoint le groupe de l'Union Centriste.

Depuis septembre 2008 elle était vice-présidente de la commission de la Culture, de l'Education et de la Communication, au sein de laquelle elle s'investit dans plusieurs missions et groupes d'études : auteur du rapport d'information sur la décentralisation des enseignements artistiques en juillet 2008, membre du groupe de travail sur la crise de la presse en 2007, membre des *Etats généraux de la Presse écrite* en 2008, rapporteur sur le contrat d'objectifs et de moyens entre l'Etat et l'Institut national de l'audiovisuel pour 2010-2014, table-ronde sur l'Avenir de la filière du livre à l'heure du numérique, rapporteur pour avis sur les crédits de l'audiovisuel inscrit dans la mission Médias dans le cadre de la loi de finances pour 2011, auteur du rapport de mission de contrôle sur l'adéquation du financement de France Télévision à ses missions, membre du Comité de suivi de la loi sur le service civique depuis juin 2010, membre du Comité de pilotage de la Conférence nationale sur les rythmes scolaires depuis le 7 juin 2010, etc.

En Octobre 2012, Catherine Morin-Desailly est nommée Présidente de la Commission des affaires culturelles du Sénat.

T5/ Un monde ouvert mais sans règle ?

Hervé Rony

Directeur général de la SCAM



Hervé Rony, après des études de droit et la soutenance d'une thèse d'Etat sur le service public de la télévision, a démarré sa carrière en 1986 dans les services du Premier Ministre puis à la Commission nationale de la communication et des libertés (CNCL) et au Conseil Supérieur de l'audiovisuel (CSA). Il a ensuite rejoint le groupe CLT-RTL au sein duquel il a été successivement directeur juridique, directeur général du réseau FM Maxximum et enfin conseiller auprès de la direction générale de RTL. Il a rejoint le SNEP en juillet 1994 où il a été directeur général jusqu'en 2009.

Il est directeur général de la Scam depuis le 1er juillet 2010 après avoir été directeur général délégué depuis le 4 janvier 2010.

La Société civile des auteurs multimedia (Scam) gère les droits de plus de 35 000 auteurs : réalisateurs, photographes, dessinateurs, journalistes, écrivains, traducteurs, vidéastes, œuvrant pour la télévision, la radio et les nouveaux médias.



Créé en 1975, l'Institut national de l'audiovisuel, entreprise publique résolument engagée dans le XXI^e siècle, collecte et conserve 80 ans de fonds radiophoniques et 70 ans de programmes de télévision qui fondent notre mémoire collective. Il les valorise et leur donne sens pour les partager avec le plus large public en France et à l'étranger. Ses images et ses sons sont accessibles, pour partie, sur son site grand public ina.fr et dans leur totalité, dans ses centres de consultation Ina THEQUE au titre du dépôt légal. Ils sont aussi mis au service de la production et de la diffusion de programmes, de l'édition, de l'éducation par l'image et de l'animation culturelle.

L'Ina concentre des compétences d'expertise, une vocation d'observatoire des médias, au service de l'excellence et de l'innovation. L'Institut est l'un des premiers centres de formation initiale et continue aux métiers de l'audiovisuel et des nouveaux médias et s'affirme comme un laboratoire de recherche et d'expérimentation.

www.institut-national-audiovisuel.fr



Mediametrie

Au coeur des médias

Médiamétrie est créée en 1985 pour répondre aux nouveaux besoins du paysage audiovisuel français : l'apparition des radios privées de la bande FM, la privatisation d'Europe 1 et de la première chaîne, la création de Canal+, le lancement de la Cinq et de la Six.

Face à cette situation nouvelle, les pouvoirs publics ont encouragé la naissance d'une société indépendante, Médiamétrie, pour assurer la mesure scientifique d'audience des principaux médias audiovisuels.

L'indépendance de Médiamétrie est garantie par la présence, dans toutes ses instances de décisions et dans son capital, de l'ensemble des professionnels – médias – annonceurs – agences – sans qu'aucun ne détienne une majorité pour décider seul. La règle aussi est le dialogue et le débat en vue de parvenir à un consensus dans l'intérêt général de la profession. La rencontre, au sein d'une même instance, de représentants des radios, télévisions, annonceurs, agences de publicité et centrales, contribue au succès de l'entreprise et à la mise au point d'instruments d'étude indispensables et performants : ils permettent de mesurer l'émergence de nouvelles stations et – ou antennes comme l'évolution des leaders du marché.

Leader des études Médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, la Téléphonie Mobile et le Cross Médias.

www.mediametrie.fr



à propos d'Orange

Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec un chiffre d'affaires de 43,5 milliards d'euros en 2012 et 166 000 salariés au 30 septembre 2013, dont 102 000 en France. Présent dans 32 pays, le Groupe servait plus de 232 millions de clients au 30 septembre 2013, dont 175 millions de clients du mobile et 15 millions de clients haut débit fixe dans le monde. Orange est également l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales sous la marque Orange Business Services.

Orange est coté sur le NYSE Euronext Paris (symbole ORA) et sur le New York Stock Exchange (symbole ORAN).

Pour plus d'informations (sur le web et votre mobile) : www.orange.com, www.orange-business.com, www.orange-innovation.tv ou pour nous suivre sur Twitter : [@presseorange](https://twitter.com/presseorange).

Scam*

La Société civile des auteurs multimédia est une société de perception et de répartition de droits d'auteur. Créée par les auteurs pour gérer leurs droits, la Scam rassemble aujourd'hui plus de 33.000 réalisateurs, auteurs d'entretiens et de commentaires audiovisuels et radiophoniques, écrivains, traducteurs, journalistes, vidéastes, photographes et dessinateurs œuvrant pour la télévision, la radio et les nouveaux médias.

Elle perçoit pour le compte de ses membres, auprès des diffuseurs publics et privés, les droits générés par l'exploitation de leurs œuvres. Elle conseille les auteurs et les informe sur leurs droits, les contrats et les usages professionnels.

Sa Maison des auteurs met à leur disposition des espaces de travail, des salles de projection, un cyberspace, un centre de ressources et propose des rencontres et ateliers tout au long de l'année.

Dans le cadre de sa politique culturelle, elle accorde des bourses d'aide à l'écriture, décerne des prix, soutient des festivals et organise des manifestations culturelles, à Paris et en province.

A propos de NPA conseil

NPA conseil est aujourd'hui la référence en matière d'analyse et d'accompagnement stratégique pour les médias et les services numériques. L'équipe NPA apporte son expertise auprès de tous les grands acteurs du marché audiovisuel français. Au cœur de l'actualité du « tout numérique », NPA conseil met à votre disposition son expérience et ses compétences en veille, analyse et conseil stratégique.

Research

Etudes sectorielles, analyses de marché, prospectives...

NPA conseil développe des outils de prévision et de suivi des marchés et réalise des études à caractère prospectif sur les évolutions des médias numériques. Organisé en « pôles d'expertise », nos consultants mettent en perspective les problématiques de chaque secteur de l'économie numérique et en analysent les évolutions.

NPA conseil apporte des réponses claires et ciblées, et permet ainsi à ses clients d'appréhender efficacement un marché en perpétuelle mutation.

Consulting

Conseil, accompagnement stratégique et études spécifiques

Dans un contexte mouvant, les acteurs du marché doivent régulièrement repenser leurs positions. Evolutions souvent complexes du contexte juridique, modèles économiques fluctuants, renouvellement des offres, évolution des usages, recherche de l'innovation marketing, problématiques organisationnelles.

NPA conseil accompagne les entreprises au plus près de leurs problématiques stratégiques.

Notes