



avec

LE FIGARO

# Colloque NPA XVII<sup>e</sup> édition

## Le Numérique, Facteur de Sortie de Crise?

Jeudi 20 juin 2013



VISIWARE

Challenge<sup>s</sup>

écrantotal

Edition Multimédi@  
Édition numérique de contenus médias



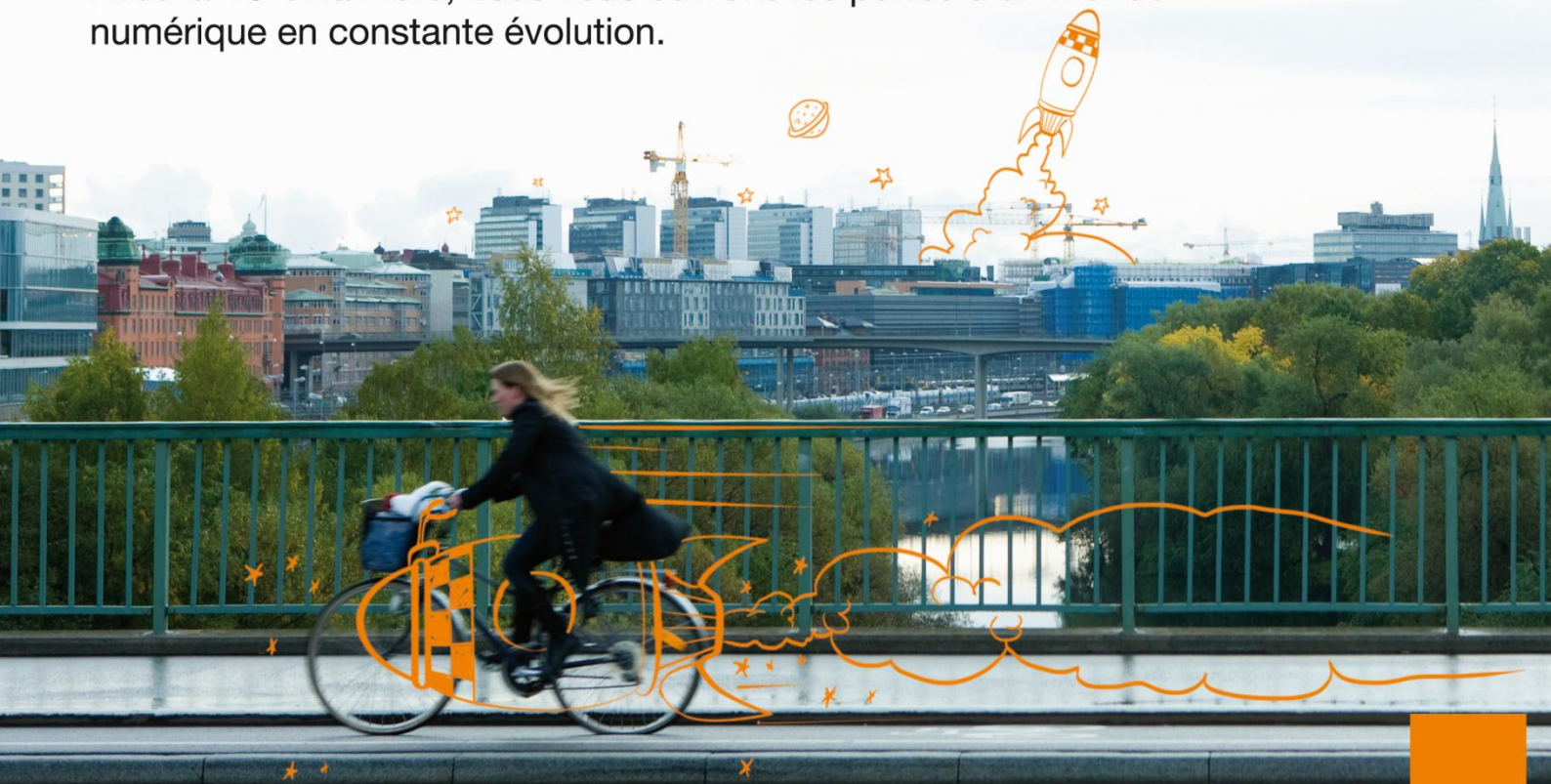
pure (play) médias

RTL



# la vitesse change avec Orange

Avec la 4G et la Fibre, nous vous ouvrons les portes d'un monde numérique en constante évolution.



la vie change avec orange™



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

**ou**

**Participez aux sondages qui vous seront proposés toute la  
journée sur [www.colloque-npa.fr](http://www.colloque-npa.fr)**

"We make it work"

# Leader de la prestation audiovisuelle

1<sup>er</sup> Parc de vidéo mobiles et de plateaux en France

## BROADCAST FACILITIES

### Services

- 29 cars régie
- 74 plateaux TV / Cinéma
- New Media (Second Screen, VOD, Streaming...)
- 3D / 4K
- HF
- Slow motion / Hyper motion
- Graphique / Virtuel
- Post production
- Décoration et accessoires

### Activités

Sports, Événementiel, Variétés, Jeux,  
Institutionnel, Fiction, Publicité...



Nos outils, nos études

# 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**, les évolutions du cadre législatif européen et français

**AUDIENCES ET PROGRAMMES**, les programmations des chaînes et services numériques,

**PUBLICITE**, le suivi des marchés publicitaires pluri-médias,

**TECHNOLOGIE, TERMINAUX ET SERVICES**, les transformations de la diffusion audiovisuelle, les stratégies des acteurs de la distribution et des terminaux audiovisuels.



# LES DOSSIERS NPA 2013

## **Les DOSSIERS NPA**

Le mercredi un focus sur un sujet ou une tendance de fond.

*Bilan de saison des programmes, Résultats des groupes français, La social TV, Bilans audiences, Le cloud et les médias, La copie privée, Les services mobiles et la géolocalisation, les nouveaux formats publicitaires, la régulation TV et Internet, la radio numérique, L'émergence de la SVoD, ...*

### **JANVIER**

- 656 Bilan juridique 2012 et perspectives 2013
- 657 Bilan 2012 des écrans connectés : équipements, usages et faits marquants
- 658 Bilan Audiences des chaînes historiques à mi saison
- 659 Bilan publicitaire 2012 : morosité de l'ensemble des médias

### **FEVRIER**

- 660 Encadrement juridique des nouveaux acteurs à l'heure de la TV connectée
- 661 Dossier spécial : Télévision de rattrapage
- 662 Analyses des audiences des chaînes TNT à mi saison
- 663 L'impact de la Social TV sur l'expérience de télévision

### **MARS**

- 664 Mission Lescure : chiffres clés, rapports de force, possibles réformes
- 665 Les médias numériques face à la question des API's
- 666 Contenus originaux sur le web : les éléments du succès
- 667 Suivi de marché : l'OTT dans le nord est de l'Europe (Scandinavie, Pologne et Russie)

### **AVRIL**

- 669 les enjeux juridiques des réseaux sociaux
- 670 Les marchés publicitaires à l'heure de la révolution des AdEx et du RTB
- 671 Les tendances éditoriales à l'international : quel écho pour le PAF ?

### **MAI**

- 672 Mission Lescure : propositions, impact sectoriel, leviers juridiques et calendrier
- 673 Musique dématérialisée : le téléchargement face à la montée en puissance du streaming
- 674 Suivi de marché : La production audiovisuelle en France

### **JUIN**

- 675 Ultraviolet et le marché du téléchargement définitif
- 676 Les enjeux juridiques de la neutralité du Net



# BAROMÈTRES, OBSERVATOIRES, INDICATEURS

## Des outils performants de mesure et suivis des marchés



### Baromètre Presse TV

Développé depuis 5 ans, le baromètre NPA-Presses 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 de la Presse TV en ligne

Un **outil de mesure fiable** de la présence éditoriale des chaînes et programmes dans la presse TV en ligne et sites d'informations médias, en complément du baromètre de la presse papier.

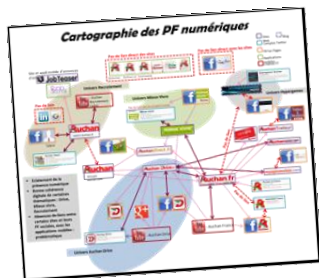
Un véritable outil de **mesure du « bruit »** pour les chaînes et leur direction de communication

Une **aide à l'optimisation de la stratégie marketing digitale** et un levier de progression de l'image

Un indicateur qui dissocie les articles positifs, de ceux sur les audiences et les POLEMiques

### 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 contenus, détail des consommations et des contenus.



### Baromètre Rayonnement numérique

Le baromètre de rayonnement numérique a été mis en place pour **mesurer l'empreinte numérique** des marques et **analyser cette présence** pour les aider à **optimiser la cohérence et la performance** de leur stratégie digitale.

### 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.





# UNE DIMENSION EUROPEENNE

## Le réseau de cabinets conseil

**EMCA**

European Media Consulting Association

**L'European Media Consulting Association, EMCA**, fédère des sociétés de conseil et d'études spécialisées dans les médias, les programmes et les télécommunications.

Les sociétés fondatrices d'EMCA sont implantées **en Allemagne (Goldmedia)**, **en France (NPA Conseil)**, **en Angleterre (3Vision)**, **en Italie (ITMedia Consulting)** et **en Espagne (Asset Media Consulting)**.

Plus largement, l'objectif d'EMCA est de construire une **plateforme commune de conseil stratégique**, à travers un échange systématique de données, d'analyses, d'expérience et de méthodologie.

En tant que réseau de conseil international, l'EMCA allie connaissance spécifique et expertise généraliste des marchés régionaux et nationaux, garantissant ainsi une analyse et un accompagnement stratégique à travers une vision globale.

### **Contacts presse**

#### **Pays anglophones:**

3Vision, Martyn Holmyard, tel: +44 (0)1225 322 786 - martyn.holmyard@3vision.tv

#### **Pays germanophones:**

Goldmedia GmbH, Dr. Katrin Penzel, tel: +49-30-246 266-0 - Katrin.Penzel@Goldmedia.de

#### **Pays italianophones:**

ITMedia Consulting, Monica Sardelli, tel: +39 06 42027112 - sardelli@itmedia-consulting.com

#### **Pays hispanophones:**

Asset Media Consulting, Elena García, tel: +34 91 3524908 - egarcia@assetmedia.es

#### **Pays francophones:**

NPA, Matthieu Amelin, tel: +33 1 74 71 43 80 - mamelin@npaconseil.com

**contact@emca.tv** **www.emca.tv**

# FORMATION PROFESSIONNELLE

## Transmettre nos savoirs à vos équipes



Avec la numérisation des contenus et des réseaux, **l'audiovisuel connaît une profonde mutation** : offre de chaîne élargie, nouveaux réseaux et terminaux, programmes à la demande et nouvelles formes de consommation TV.

Face à cette révolution en direct, **la formation professionnelle continue est un facteur clé d'optimisation de réussite**. Organisés sous forme de sessions de formation, les Ateliers NPA apportent **une meilleure compréhension de la nouvelle donne audiovisuelle par l'approche des fondamentaux et de réflexions sur des cas d'école**.

NPA met à disposition son expertise pour développer **des formations intra-entreprise**. Bâties à partir de la réalité de l'entreprise, les formations NPA apportent **une réponse personnalisée aux demandes de formation**.

S'appuyant sur **un réseau de consultants et d'analystes reconnus**, l'expertise de NPA accompagne la performance des entreprises dans leur projet de formation professionnelle.

Contact : Rémy DUPONT

Pour sa 17<sup>ème</sup> édition, le Colloque NPA – *Le Figaro* réunit deux fois par an les principaux dirigeants du monde des médias et des nouvelles technologies afin de débattre des grands enjeux du secteur.

Le thème de ce Colloque est:

## **Le numérique, facteur de sortie de crise ?**

Cinq tables-rondes structureront les débats de cette journée:

- Services et plateformes numériques au cœur de l'innovation.*
- Transformation des grands médias.*
- Mission Lescure - quelles suites? pour quel objectif? dans quel calendrier?*
- Le très haut débit fixe et mobile, opportunité de reprise de valeur sur les marchés numériques ?*
- Monétisation de l'audience - Industries des contenus : quelles sources de revenus au-delà de l'audience ?*

Nous vous souhaitons de passer une journée riche de découvertes et d'échanges.

Philippe BAILLY  
NPA Conseil

Enguérand Renault  
Le Figaro

# Programme

<b>9 H 00</b>	<b>Introduction</b> <b>Aurélie Filippetti</b> , Ministre de la Culture et de la Communication
<b>9 H 15</b>  <b>T 1</b>	<b>Services et plateformes numériques au cœur de l'innovation</b> <b>Paul François Fournier</b> , Directeur du pôle innovation de la BPI <b>Fabienne Fourquet</b> , Directrice des Nouveaux Contenus de Canal + <b>Joseph Haddad</b> , Président du Conseil d'Administration de Netgem <b>Véronique Morali</b> , Présidente de Terrafemina <b>Christophe Muller</b> , Directeur des partenariats EMEA de YouTube <b>Louis van Proosdij</b> , Président de Fair Play Interactive <b>Laurant Weill</b> , Président de Visiware
<b>10 H 30</b>  <b>T 2</b>	<b>Transformation des grands médias</b> <b>Christopher Baldelli</b> , Président de RTL <b>Pierre Conte</b> , Président du Figaro Médias <b>Bruno Patino</b> , Directeur général délégué aux programmes, aux antennes et aux développements numériques de France Télévisions <b>Régis Ravanas</b> , Directeur général adjoint TF1, en charge des Diversifications du groupe
<b>11 H 15</b>  <b>T 3</b>	<b>Mission Lescure- quelles suites? pour quel objectif? dans quel calendrier?</b> <b>Manuel Alduy</b> , Directeur cinéma du Groupe Canal + <b>David Assouline</b> , Sénateur de Paris <b>Jean-Michel Counillon</b> , Secrétaire général du Groupe TF1 <b>Emmanuel Durand</b> , Vice Président Marketing de Warner Bros.France <b>Emmanuel Gabla</b> , Membre du CSA <b>Olivier Henrard</b> , Directeur Exécutif, Secrétaire général du groupe SFR <b>Laure de la Raudière</b> , Secrétaire Nationale de l'UMP, en charge des Médias, Nouveaux Médias et du Numérique et Député 3 <sup>ème</sup> circonscription d'Eure et Loire <b>Hervé Rony</b> , Directeur général de la SCAM <b>Jean-Noël Tronc</b> , Directeur général de la SACEM
<b>12 H 30</b>	<b>Olivier Schrameck</b> , Président du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel
<b>Déjeuner</b>	

# Programme

<b>14 H 15</b>	<b>Le très haut-débit fixe et mobile, opportunité de reprise de valeur sur les marchés numériques?</b>
<b>T 4</b>	<b>Franck Abihssira</b> , Directeur des offres fixes, services et contenus de Bouygues Telecom <b>Pierre-Jean Benghozi</b> , Membre du Collège de l'ARCEP <b>Antoine Darodes</b> , Directeur de la Mission Très Haut Débit <b>Olivier Huart</b> , Directeur général de TDF <b>Michel de Rosen</b> , Directeur général d'Eutelsat <b>Jérôme Yomtov</b> , Directeur général délégué de Numericable
<b>15 H 30</b>	<b>Delphine Ernotte Cunci</b> , Directrice Générale Adjointe Orange/Directrice Exécutive Orange France
<b>15 H 45</b>	<b>Monétisation de l'audience: Industries des contenus : quelles sources de revenus au-delà de l'audience ?</b>
<b>T 5</b>	<b>Bertrand Beaudichon</b> , Président de l'UDECAM, Vice-Président d'Omnicom Media Group France <b>Pierre Bersagol</b> , Vice-Président de l'UDA, Directeur Marketing et Communication d'Auchan <b>Julien Billot</b> , Directeur général adjoint, en charge du pôle médias de Pages Jaunes <b>Stéphanie Hospital</b> , Directrice Exécutive de la Division Audience et Publicité Digitales d'Orange <b>Robin Leproux</b> , Vice-Président du directoire en charge des activités commerciales et du développement de M6 <b>Xavier Spender</b> , Président-Directeur général de L'Équipe 24/24 <b>Denis Terrien</b> , Directeur général du Groupe 3SI <b>Cyril Zimmermann</b> , Président Directeur Général de Hi-Media
<b>17 H 00</b>	<b>Conclusion</b>

## Animation des tables rondes :

Philippe Bailly (NPA Conseil) et Enguérand Renault (Le Figaro)

# Introduction

## Aurélie Filippetti



Ministre de la Culture et de la Communication

Aurélie Filippetti est née le 17 juin 1973, à Villerupt (Meurthe-et-Moselle).

Ancienne élève de l'École normale supérieure de Fontenay-Saint-Cloud et agrégée de lettres classiques, elle est nommée ministre de la Culture et de la Communication le 16 mai 2012.

### **Fonctions ministérielles:**

Ministre de la Culture et de la Communication depuis mai 2012

Fonctions électives

Députée de la 8e circonscription de Moselle, de 2007 à 2012

Conseillère du 5e arrondissement de Paris, de 2001 à 2007

### **Fonctions politiques:**

Membre du bureau national et du conseil national du Parti Socialiste (PS) depuis 2008

Secrétaire nationale du PS, chargée des questions énergétiques, depuis 2009

Porte-parole du groupe Parti Socialiste à l'Assemblée nationale, de 2007 à 2009

Conseiller technique au cabinet du ministre de l'Aménagement du territoire et de l'Environnement, Yves Cochet, de 2001 à 2002

### **Carrière:**

Ecrivain

Professeur de lettres

### **Cursus:**

Ancienne élève de l'École normale supérieure de Fontenay-Saint-Cloud

Agrégée de lettres classiques

Diplôme d'études approfondies (DEA) de lettres modernes

Diplômée de l'Institut des hautes études de l'entreprise (IHEE)

Ouvrages

*J'ai 20 ans qu'est-ce qui m'attend ?* (coauteur), 2010

*Les Derniers jours de la classe ouvrière*, 2003

*Un homme dans la poche*, 2007



## Table 1

---

# Services et plateformes numériques au cœur de l'innovation

### Intervenants

**Paul François Fournier**, Directeur du pôle innovation de la BPI  
**Fabienne Fourquet**, Directrice des Nouveaux Contenus de Canal +  
**Joseph Haddad**, Président du Conseil d'Administration de Netgem  
**Véronique Morali**, Présidente de Terrafemina  
**Christophe Muller**, Directeur des partenariats EMEA de YouTube  
**Louis van Proosdij**, Président de Fair Play Interactive  
**Laurant Weill**, Président de Visiware



Creators of TV-centric interactive experiences



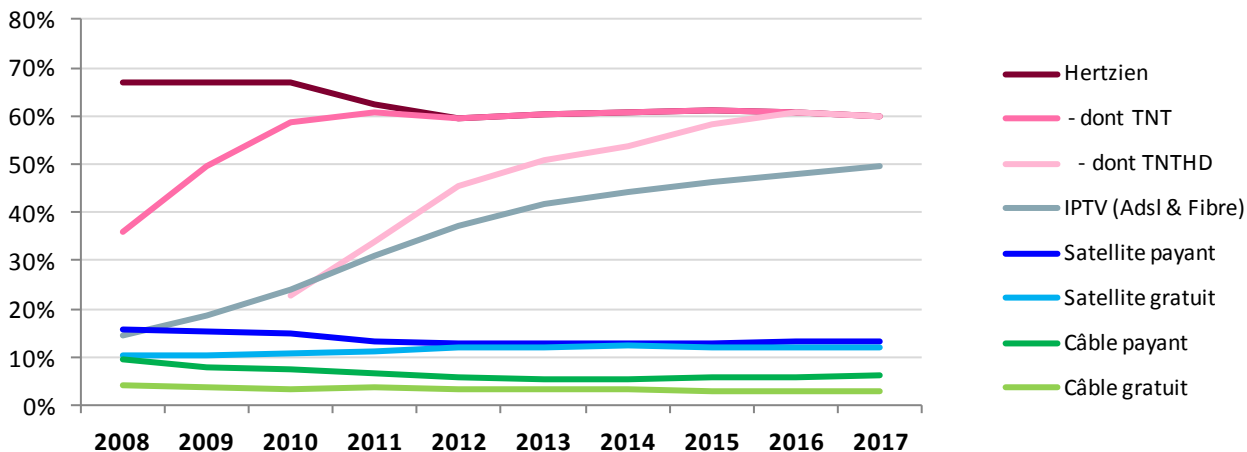
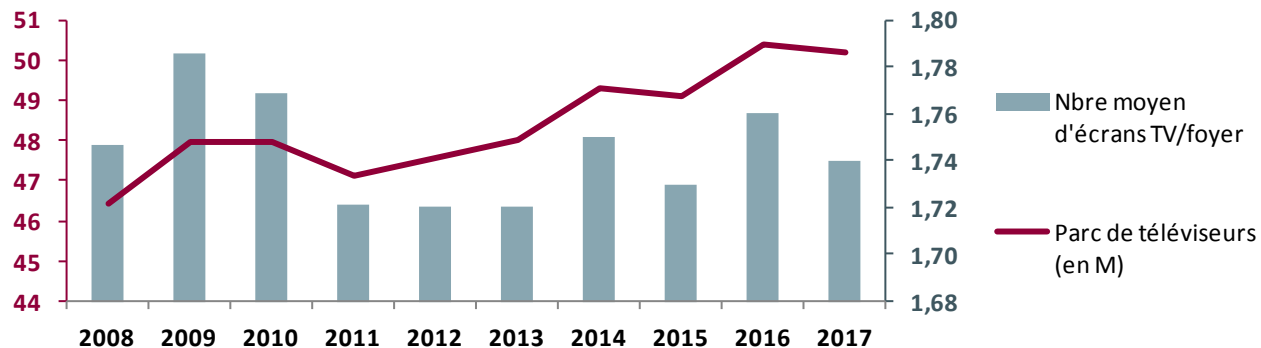
## LEADING THE 2ND SCREEN REVOLUTION



17 chaînes, 1.000 émissions de télévision, 25 millions de téléspectateurs...

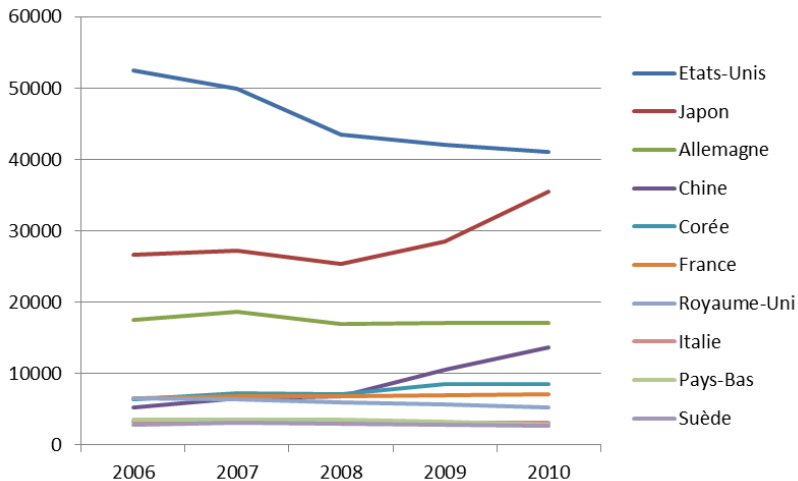
Pour en savoir plus : Vincent Gattegno [vgattegno@visiware.com](mailto:vgattegno@visiware.com) / 01 46 29 39 26

# Equipements et réseaux TV : prévisions 2017

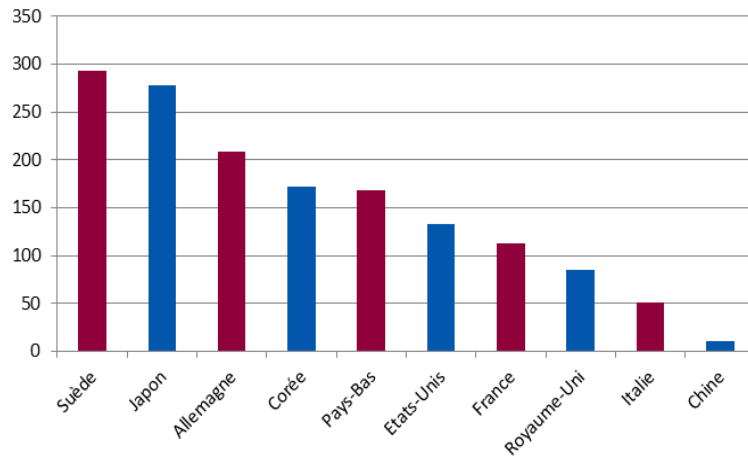


# Le rôle des brevets dans l'innovation

## Evolution du nombre de brevets déposés dans les 10 pays leaders

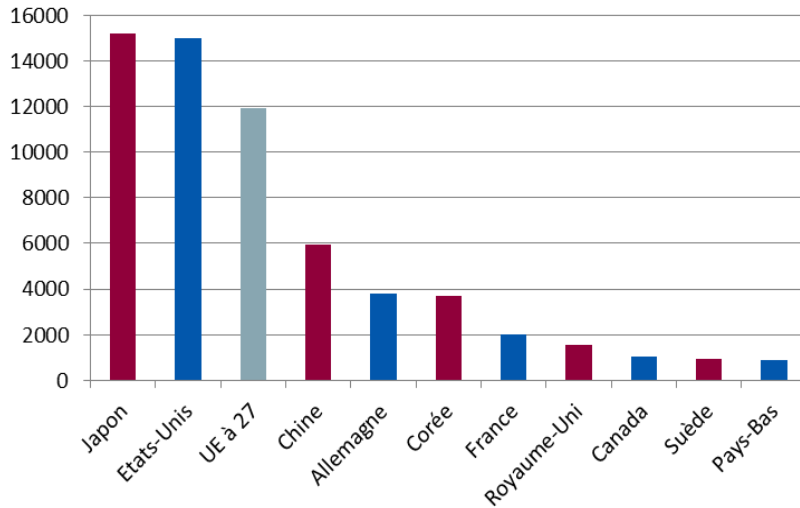


## Intensité de l'innovation: nombre de brevets déposés par millions d'habitants (2010)



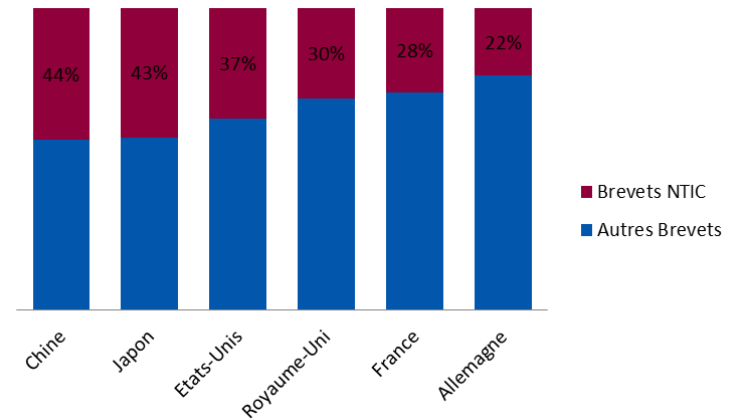
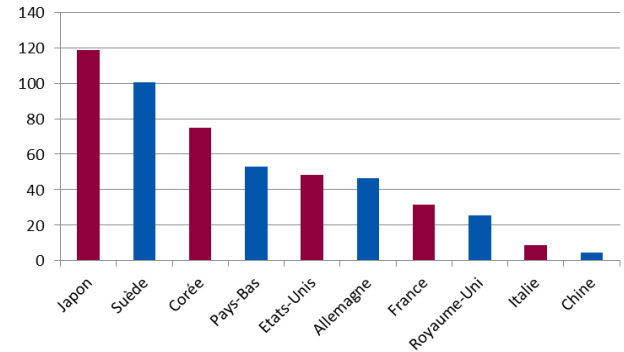
# Brevets et NTIC

**Pays les plus innovants dans le secteur des NTIC: nombre de brevets NTIC déposés (2010)**



**Part des NTIC dans l'innovation (2010)**

**Intensité de l'innovation dans les NTIC: nombre de brevets par millions d'habitants (2010)**



# Les pôles de compétitivité

71 pôles de compétitivités en France rassemblent 7549 entreprises et 2509 projets labélisés pour un financement public cumulé de 884 millions d'euros en 2011

## Cap Digital

Région: Ile-de-France

Thématiques: Jeux vidéos, médias, image, logiciel.

Investissement R&D: 935 millions d'euros.

20 grands groupes, 620 PME, 50 universités

Exemples de projets aboutis: Terra Numerica, Sebastian 2...

## Systematic

Région: Ile-de-France

Thématiques: Interface système, logiciel, électronique

Investissement R&D: 1,4 milliards d'euros

142 grands groupes, 400 PME, 38 unités de recherche

Exemples de projets aboutis : FC<sup>2</sup>, TSC...

## Images & Réseaux

Région: Bretagne & Pays de la Loire

Thématiques: numérique, logiciels, réseaux, industries créatives

Investissement R&D: 610 millions d'euros

18 grandes entreprises, 164 PME, 26 unités de recherches

Exemples de projets aboutis: Companymages, Open Hbb...

## Imaginove

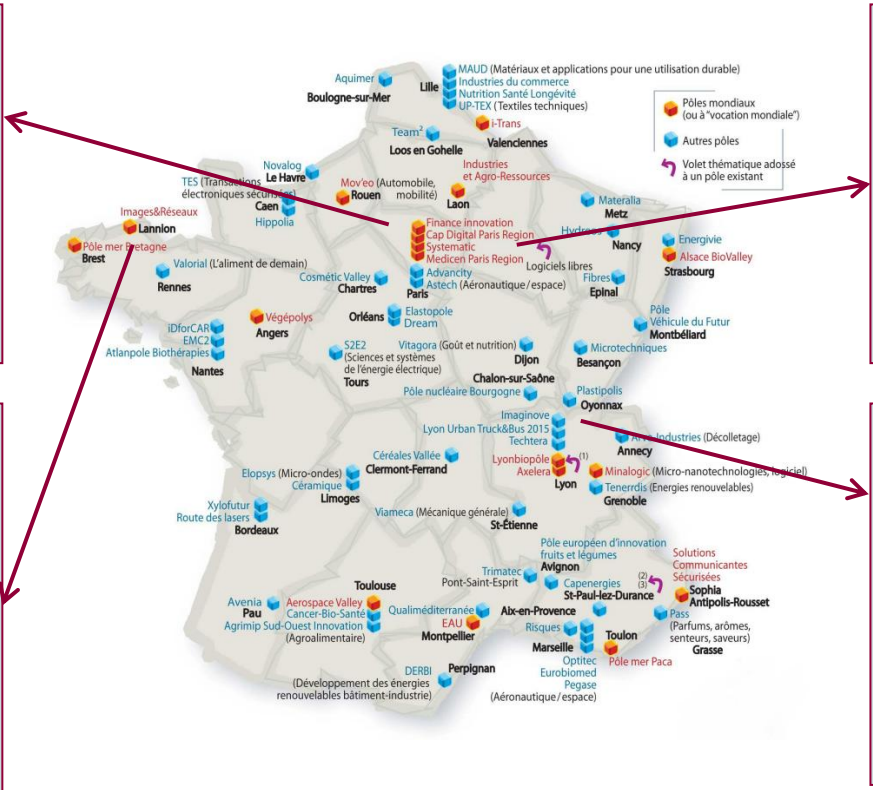
Région: Rhône-Alpes

Thématiques: Contenu numérique, Jeux vidéo, Cinéma, Animation

Investissement R&D: 147 millions d'euros

3 grandes entreprises, 145 PME, 23 unités de recherche.

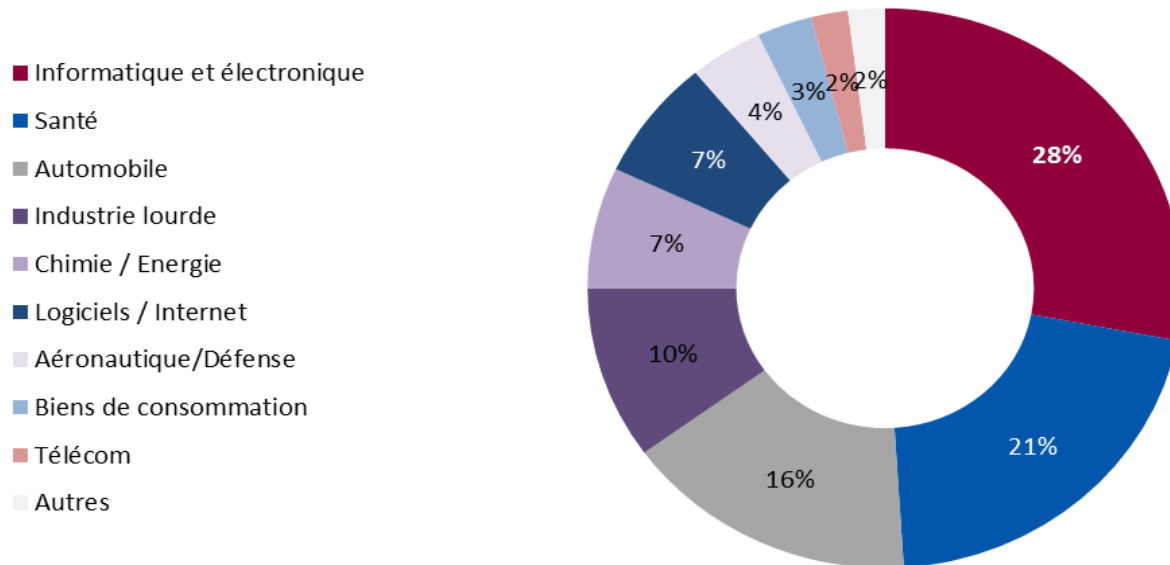
Exemples de projets aboutis: Graal...





# L'industrie de l'informatique et de l'électronique domine les dépenses en R&D

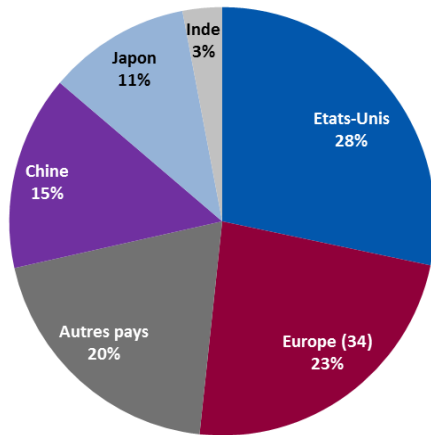
## Répartition sectorielle du Top 100 des entreprises mondiales en dépenses R&D (2011)



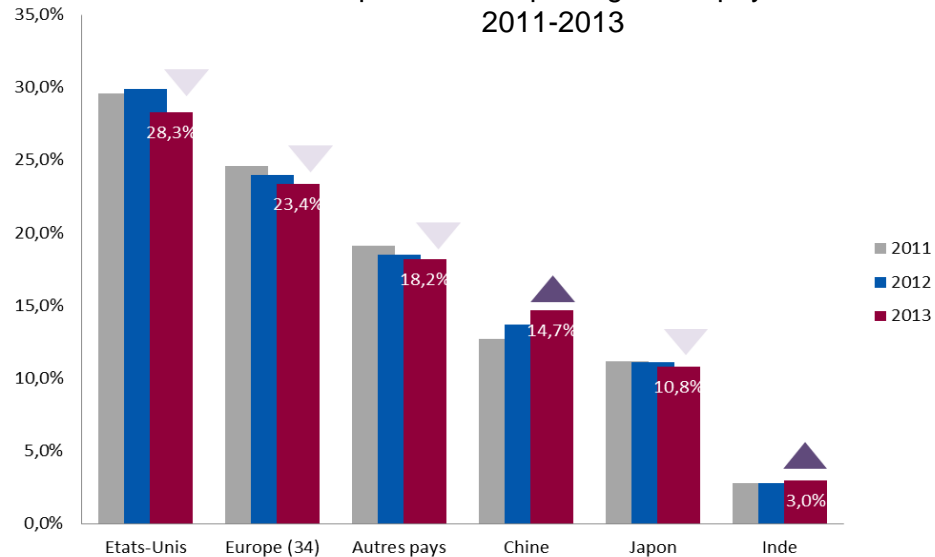
# R&D : Le dynamisme des économies émergentes

**Les dépenses mondiales en R&D progressent de 3,7% en 2013 (\$1,5 trillion) grâce à la croissance des investissements asiatiques notamment chinois**

Répartition des dépenses R&D par régions et pays en 2013

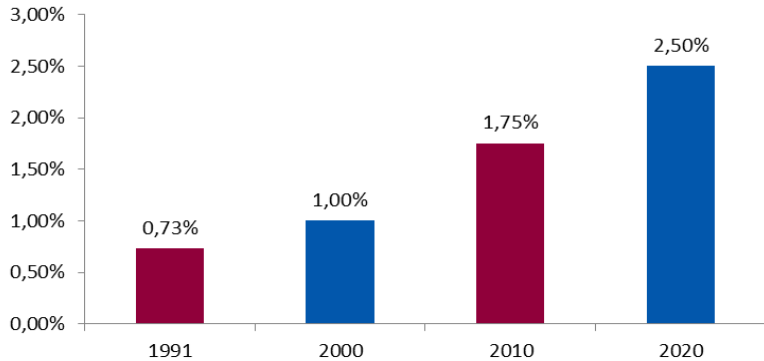


Evolution de la répartition des dépenses R&D par régions et pays 2011-2013



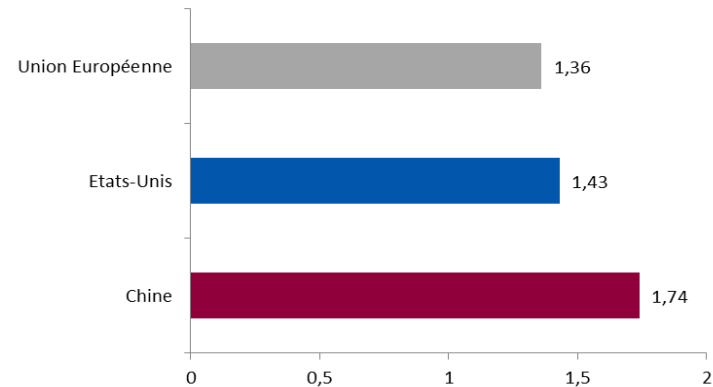
# La Chine en pleine transition vers une économie de l'innovation

## Dépenses intérieures brutes de R&D en % du PIB

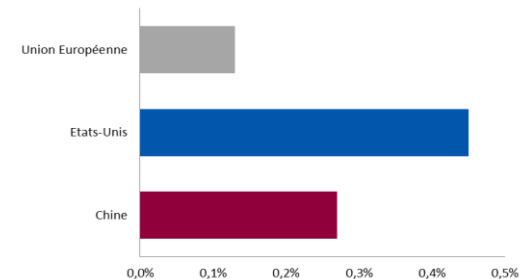


- Les montants investis dans la R&D multipliés par 6,6 entre 2000 et 2010 pour atteindre 700 milliards de yuans (90 mds€)
- 70% des DIRD provient du secteur privé (63% en France)
  - Majorité de la recherche effectuée en entreprise
  - Développement industriel, recherche appliquée
  - Mais faiblesse sur la recherche fondamentale qui limite l'impact sur le secteur des hautes technologies

## Les effectifs de la recherche en millions de chercheurs et personnels assimilés (2009)

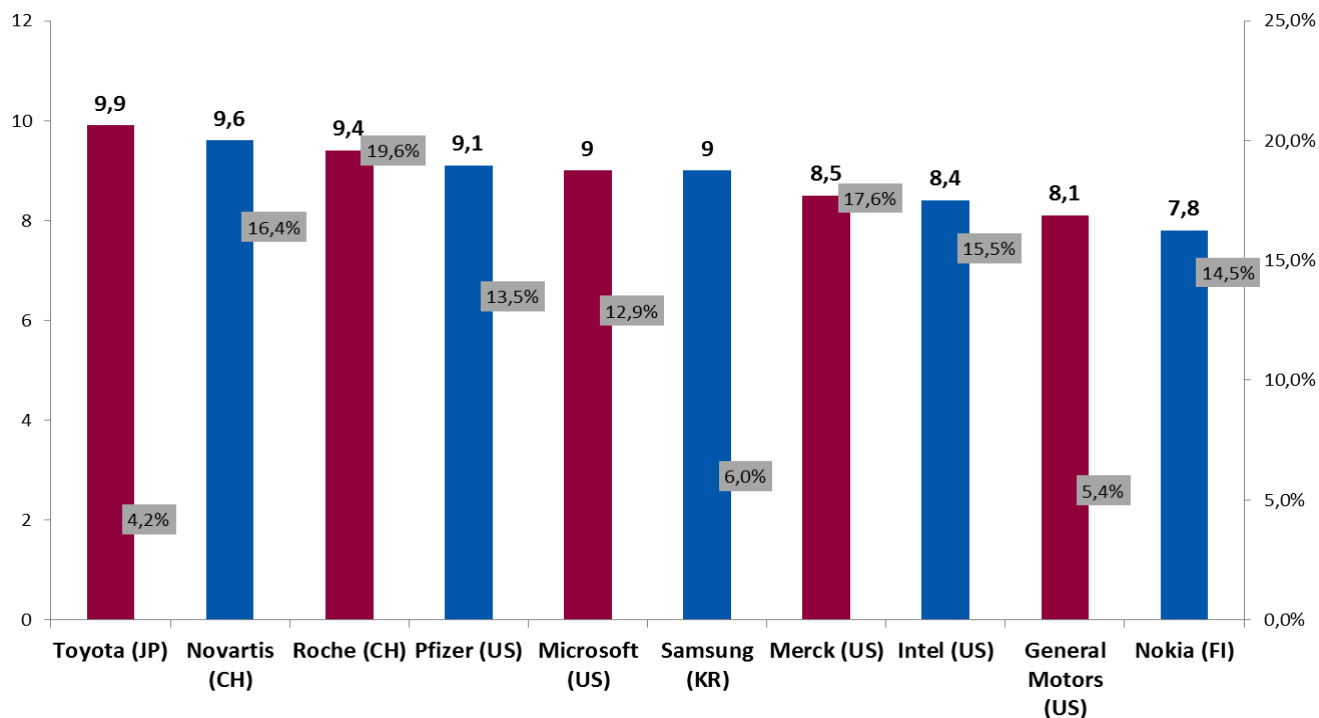


## Ramené à la population globale



# Le Top 10 des entreprises les plus innovantes dans le monde

Montant des dépenses R&D en \$ milliards en 2011 et intensité de la R&D en %\*



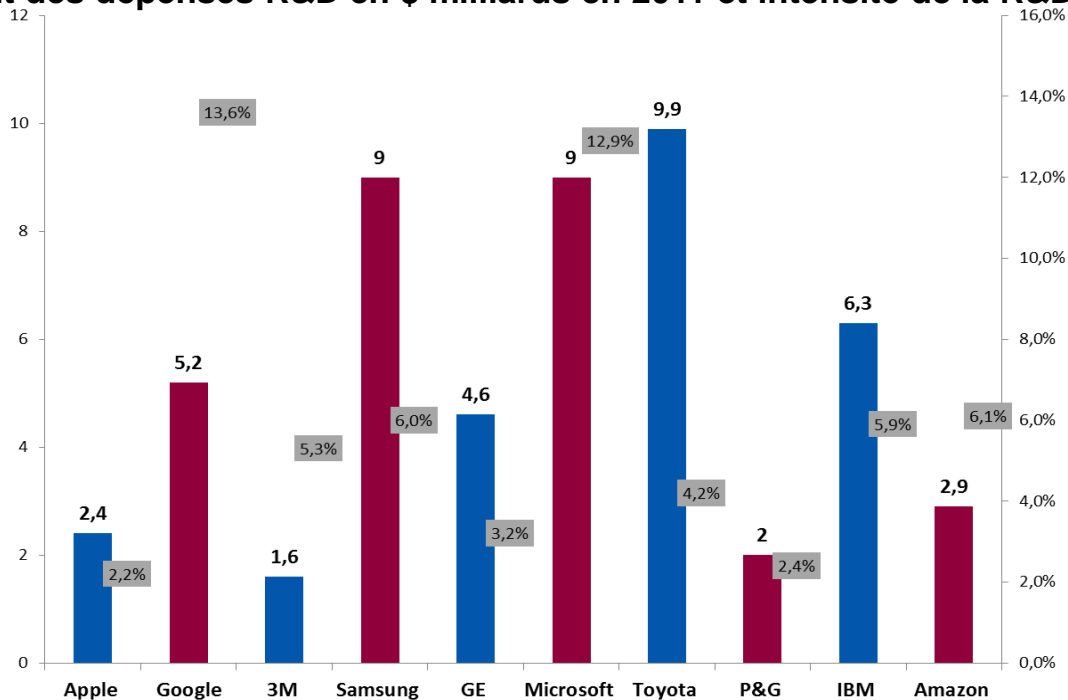
NPA Conseil sur données Booz & Company, « The Global Innovation 1000 » Hiver 2012

\*investissements R&D divisés par le total des actifs ou des ventes (selon les secteurs)

# Innovation réelle / innovation perçue : les 10 entreprises perçues comme les plus innovantes\*

	Apple	Google	3M	Samsung	GE	Microsoft	Toyota	P&G	IBM	Amazon
Perception	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Rang réel	53	26	86	6	30	5	1	72	17	48

## Montant des dépenses R&D en \$ milliards en 2011 et intensité de la R&D en %

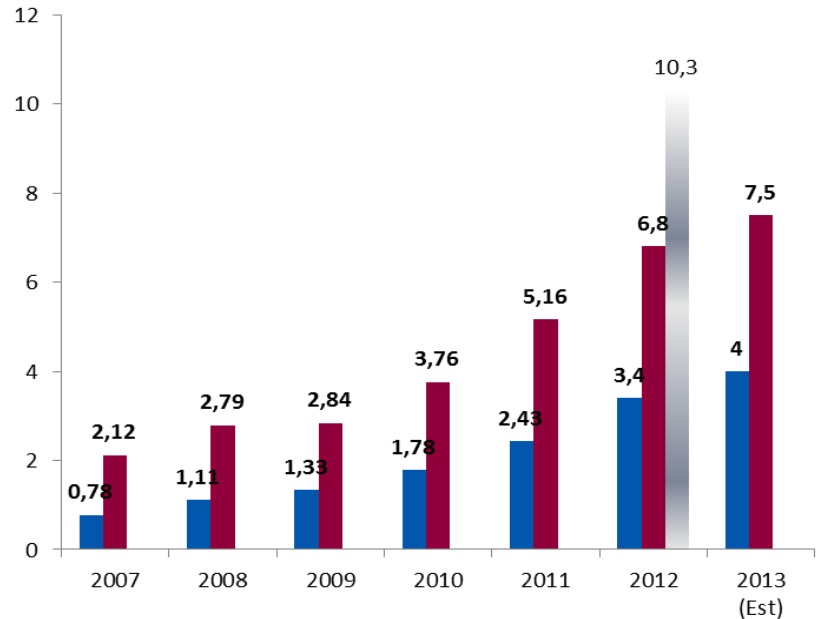


\* Etude annuelle Booz & Company auprès de 700 entreprises leaders  
 NPA Conseil sur données Booz & Company, « The Global Innovation 1000 » Hiver 2012

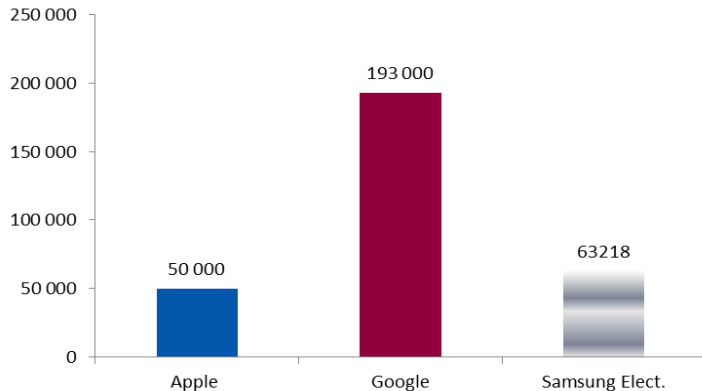
# Google se rapproche du Top 10 avec un budget R&D de plus de 7 milliards cette année

## Evolution des budgets R&D de Google et Apple en \$ milliards (2007-2013)

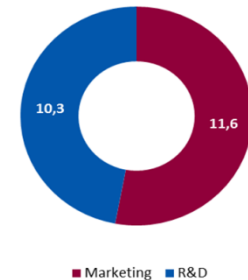
■ Apple  
■ Google  
■ Samsung



## Estimation du ratio R&D par employé en 2013 (\$)



En 2012, Samsung a pour la première fois dépensé plus d'argent en **marketing** qu'en R&D (\$ milliards)





# T1 / Services et plateformes numériques au cœur de l'innovation

## Paul François Fournier

Directeur du pôle innovation de la BPI



Paul-François Fournier est, depuis avril 2013, Directeur du pôle Innovation et membre du Comité Exécutif de la Banque Publique d'Investissement (BPI France). Le pôle innovation de BPI France rassemble, d'une part, l'activité de financement de projets innovants portés par des start-ups ou des PME ainsi que le soutien financier à des projets collaboratifs de développement ou d'acquisition de technologies, permettant à de grandes et moyennes entreprises de gagner en productivité ou d'ouvrir de nouveaux marchés ; et d'autre part, l'investissement direct en fonds propres et quasi-fonds propres au capital d'entreprises innovantes pour leur fournir les capacités financières de leur développement en France ou à l'international, sous la formes de fonds thématiques autour du numérique, des biotech et des technologies de l'environnement. Le pôle Innovation est ainsi positionné à la fois comme un partenaire privilégié de l'écosystème du capital-risque et un acteur clé de l'accompagnement aux entrepreneurs innovants tout au long de la vie de leur projet.

Paul-François Fournier, 45 ans, X-Télécom, a rejoint le Groupe France Télécom Orange en 1994 en tant qu'ingénieur d'affaires sur le segment Entreprises France. Après un parcours de sept ans dédié au développement des services aux Entreprises, il devient, en 2001, directeur du Business Haut-Débit de Wanadoo, où il a assuré le décollage en France des offres ADSL qui sont passées de quelques milliers de clients en 2001 à 3 millions fin 2004, puis à l'international en tant que membre du Comité Exécutif du Groupe Wanadoo. Il a ainsi mené des projets stratégiques comme le lancement de la Livebox, et de la voix sur IP, en partenariat avec Inventel et Netcentrex, des start-up Françaises. Au-delà de son expérience dans le domaine des services Internet et des partenariats (il a notamment été l'artisan de l'acquisition de Dailymotion et de Cityvox par Orange, ainsi que des partenariats avec Microsoft, Google et Facebook), Paul-François Fournier a une excellente connaissance opérationnelle du marketing de l'innovation. Il a été, à partir de 2011, le Directeur Exécutif du Technocentre d'Orange, en charge de l'innovation produit (Boxes, Cloud, ...), ou il a profondément transformé l'organisation dans une approche plus régionale et décentralisée (Création du Technocentre d'Amman et d'Abidjan).

## Fabienne Fourquet

Directrice des Nouveaux Contenus de Canal+



Fabienne Fourquet est directrice des Nouveaux Contenus depuis juillet 2011.

Diplômée de l'ESSEC en 1999, Fabienne Fourquet a commencé sa carrière aux Etats-Unis. A partir de 2000, elle a occupé différents postes de marketing à New York et Singapour pour A&E TELEVISION NETWORKS, filiale de ABC, Hearst & NBC notamment dans le domaine du digital avant d'être nommée directeur international des Nouveaux Medias. Elle intègre le Groupe CANAL+ en 2010 comme Senior Manager web tv chez CANAL+ OVERSEAS avant de rejoindre la Direction de l'Expérience CANAL+.

Crédit photo : © Maxime Bruno / Canal+

# T1 / Services et plateformes numériques au cœur de l'innovation

## Joseph Haddad

Président du Conseil d'Administration de Netgem



Joseph Haddad, co-fondateur et Président Directeur Général de Netgem, a débuté sa carrière, alors qu'il était encore étudiant à l'Ecole Polytechnique et à l'Ecole Nationale Supérieure des Télécoms, comme conseiller de grands groupes pour leurs réseaux informatiques. En 1987, il crée avec Olivier Guillaumin sa première société de Software, Aleph 2, développant le logiciel « Impress » qui connut un grand succès. En 1990, Aleph 2 est rachetée par Lotus Development Corporation. A la suite de cette opération Joseph Haddad et ses ingénieurs travaillent aux Etats-Unis à l'intégration de Impress dans le produit phare de Lotus, le tableur Lotus 1-2-3. En 1996, associé à Olivier Guillaumin, il crée Netgem, société technologique à dominante logicielle, positionnée sur le marché de la télévision connectée. Joseph Haddad est également le Président de la société Videofutur Entertainment Group, qui ambitionne d'être un acteur indépendant majeur de la distribution de contenus vidéo payants.

## Véronique Morali

Présidente de Terrafemina



Après Sciences Po et l'ESCP, Véronique Morali intègre l'ENA et l'Inspection des Finances qu'elle quitte en 1990 pour rejoindre Marc de Lacharrière au moment de la création de Fimalac.

Administrateur et DG de Fimalac, elle participe, avec son fondateur, à l'ouverture internationale de ce groupe coté et au choix des activités qui seront stratégiques.

Aujourd'hui, Fimalac, après avoir exercé des activités dans l'industrie (Alspi, Facom, LBC), l'immobilier (Sefineg), les études de marché (Sofres, Secodip) et la presse (V.A. et Le Journal des Finances) est recentré sur la notation financière avec Fitch group, l'un des leaders mondiaux du secteur, avec Fitch Ratings, et intervient dans deux autres secteurs : l'hôtellerie de luxe avec le Groupe Lucien Barrière et le spectacle vivant (Vega et G. Coullier Production).

Véronique Morali est administrateur de Fimalac, Publicis Groupe et Cie Financière Edmond de Rothschild et Coca Cola Entreprise.

Véronique Morali est aujourd'hui présidente de Fimalac Développement et vice-chairman de Fitch groupe, 3<sup>ème</sup> agence mondiale

Elle est fondatrice du site éditorial terrafemina.com et a fondé une société de services aux entreprises « TF-Co ».

Véronique Morali est également présidente de l'association Force Femmes, qui a pour vocation d'aider les femmes de plus de 45 ans à retrouver un emploi.

Elle est Co-fondatrice du Women Corporate Directors Paris (réseau de femmes membres de conseils d'administration) et présidente du Women's Forum.

En 2010, Véronique Morali a été membre de la Commission du Grand emprunt, co-présidée par Alain Juppé et Michel Rocard et en 2011, a présidé la Commission « Gouvernance » dans le cadre des Assises du Ferroviaire lancée par Nathalie Nathalie Kosciusko-Morizet.

# T1 / Services et plateformes numériques au cœur de l'innovation

## Christophe Muller

Directeur des partenariats EMEA  
de Youtube



Christophe Muller débute sa carrière en 1990 chez PWC en tant qu'auditeur pendant 2 ans avant de lancer sa carrière à l'étranger avec la DATAR/Invest in France Agency. Responsable du bureau de Francfort, il fait la promotion de la France auprès des investisseurs allemands pendant 4 ans avant de partir pour 3 ans à Houston où il couvre l'ensemble du sud-est des Etats-Unis en tant que VP Business Development.

En 2000, il repart à Londres pour se lancer dans l'Internet avec Priceline où il s'occupe du développement des activités en Europe. En octobre 2003, il rejoint Google Europe pour gérer la relation avec les principaux FAI européens partenaires du réseau AdSense avant de se consacrer au développement des partenariats stratégiques pour les pays émergents. Il devient en 2009 Directeur des partenariats YouTube pour l'Europe du Sud, de l'Est du Moyen-Orient et Afrique et est promu Sr. Directeur en 2011.

Christophe est diplômé de l'ESC Montpellier avec une spécialisation en finance.

## Louis van Proosdij

Président et Fondateur de Fair Play Interactive



Entrepreneur depuis l'âge de 20 ans, du jeu vidéo à internet, du conseil en mutation numérique à la télévision personnalisée, Louis van Proosdij cultive une vision « user centric » des usages et de l'interactivité grand public mise au service de l'innovation.

En 2008 il fonde Fair Play Interactive, leader de la télévision personnalisée, accompagnant les chaînes dans l'évolution d'un métier d'audience vers celui de CRM.

La plate-forme Younicast de Fair Play Interactive permet la diffusion de chaînes de télévision linéaires personnalisées et interactives, s'adaptant aux goûts, à l'humeur, et aux usages de chaque téléspectateur, sur tous les écrans (Boxes, TV connectée, consoles, tablettes, smartphones).

# T1 / Services et plateformes numériques au cœur de l'innovation

## Laurant Weill

Président de Visiware



Laurant WEILL, Président et fondateur de Visiware S.A. Laurant Weill est un entrepreneur très actif dans le domaine de l'interactivité grand public, ayant déjà participé à la création de six entreprises, du jeu vidéo à la télévision interactive.

Il est le Président de Visiware, leader mondial des applications en télévision numérique, avec deux activités complémentaires :

Le développement et l'édition Multi-écrans de jeux (PlayinTV) et d'applications pour le compte des opérateurs, chaînes et fabricants, déployés dans 60 pays.

Le PlayAlong qui est aujourd'hui la solution 2ème écran la plus déployée dans le monde. Ainsi plus de 1000 émissions telles Money Drop, Qui veut gagner des Millions, ou la NFL, utilisent cette plateforme d'interactions massives et synchronisées.

Plus d'info sur : [www.visiware.com](http://www.visiware.com)

## Table 2

---

### **Transformation des grands médias**

#### **Intervenants**

**Christopher Baldelli**, Président de RTL

**Pierre Conte**, Président du Figaro Médias

**Bruno Patino**, Directeur général délégué aux programmes, aux antennes et aux développements numériques de France Télévisions

**Régis Ravanas**, Directeur général adjoint TF1, en charge des Diversifications du groupe



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

# La diversification des groupes Médias : Source de puissance et de revenus

Activités  
« historiques »  
(financement par pub  
et ventes)



LE FIGARO

**Télévision**  
M6, W9, 6ter, PARIS PREMIERE, téva, Music, Music BLACK, Music club, Gironde TV, serieclub, TFS, BOUTIQUE, LA CHAÎNE DES SÉRIES

**Production**  
6 FILMS, 6-PRODUCTIONS, M6 PRO, 89 Productions

**Droits audiovisuels**  
SD, GROUPE M6, STUDIO, VIDEO

**Radios**  
RTL9, RTL, RTL2, funradio

**Télévision**  
1, 2, 3, 4, 5, 6, région

**Production**  
mfp, 2 cinéma, 3 cinéma

**Droits audiovisuels**  
PLANETE + THALASSA, PLANETE + JUSTICE, mezza, francetélévisions distribution

**Presse Papier**  
LE FIGARO, TV, madame FIGARO, LE FIGARO MAGAZINE

**Web fixe + mobile**  
LE FIGARO-fr, LE FIGARO-fr madame, SCOPE, LE FIGARO-fr enchères, LE FIGARO-fr SANTÉ, FIGARO NAUTISME, FIGARO GOLF, FIGARO BOURSE

Diversifications Online +  
e-commerce  
(financement par pub et ventes)

INTERACTIONS, M6 MOUVEMENTS.FR, ÉDITIONS, SPECTACLES, MISTER GOOD DEAL, WEB, BOUTIQUE, MUSIC LABEL, mobile, monAlbumPhoto.fr, COMMISSION DE BOURSES, HOME SHOPPING SERVICE

francetélévisions interactive, francetv pluzz, info

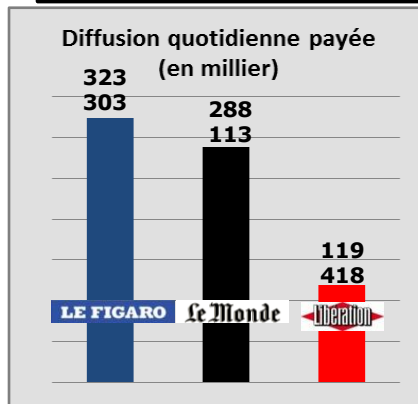
**Presse Papier**  
LeParticulier, LeParticulier pratique, immo, LeParticulier La Lettre des Placements

**Web fixe + mobile**  
LeParticulier.fr, PROPRIÉTÉS, Cadremplol.fr, keljob.com, Explorimmo, evene.fr, Tick-Tac.com, Sport24.com, METEO CONSULT, Hors-série, PROPRIÉTÉS, le club de météo, CPLUSUR.COM

# Les nouveaux apports d'audiences

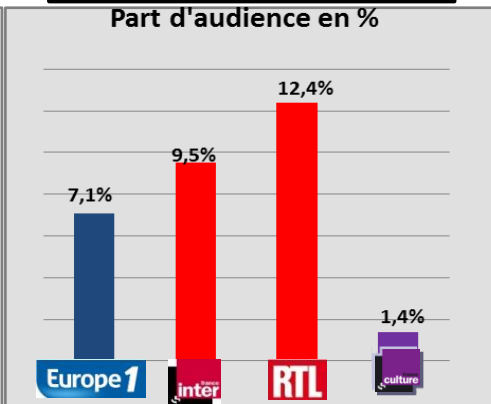
AUDIENCES LINEAIRES

## PRESSE



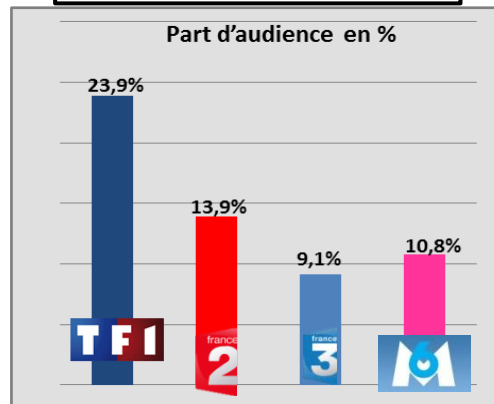
(OJD, 2012)

## RADIO



(Médiamétrie, Lundi-Vendredi, janvier-Mars 2013)

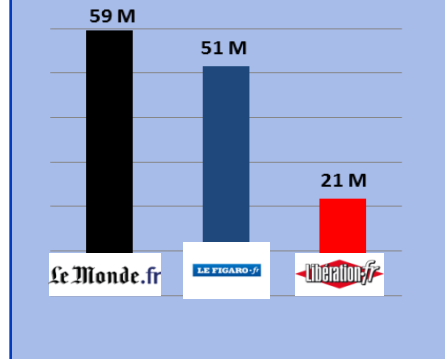
## TELEVISION



(Médiamétrie, 4 ans +, Mars 2013)

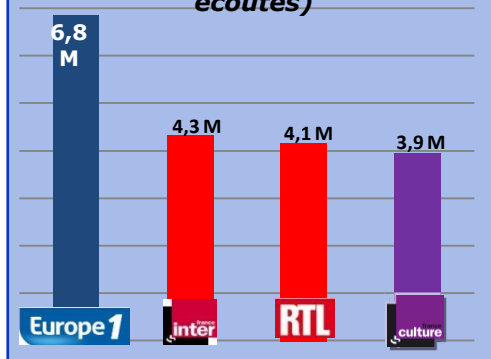
AUDIENCES DELINEARISEES

## Nombre de visites par mois



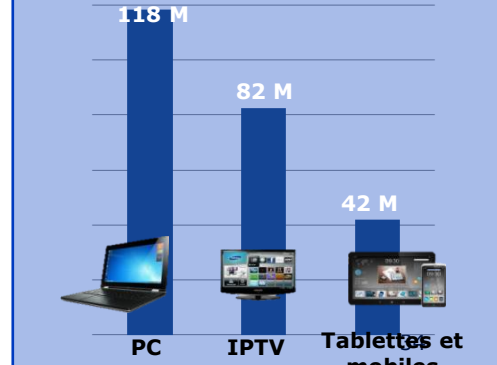
(OJD, Mai 2013)

## Nombre de podcasts téléchargés par mois (8 podcasts sur 10 sont écoutés)



(Médiamétrie, Avril 2013)

## Catch up : Nombre de vidéos vues par mois



(NPA Conseil, Mars 2013)



# L'Arrivée d'une concurrence gratuite

ACTEURS HISTORIQUES

PRESSE

la Croix

LE FIGARO

Le Monde

Liberation

RADIO

Europe 1

RTL

RFM

RTL2  
LE SON POP-ROCK

funradio  
LE SON DANCEFLOOR

NRJ

TELEVISION

SPORT +

téva

PLANETE +

13<sup>ème</sup> RUE  
LA CHAÎNE ACTION ET SUSPENSE

NOUVEUX ENTRANTS GRATUITS

Direct Matin

20 minutes

metr

Directsoir

NEW! FASHION TRAVEL PEOPLE IDEAS BEAUTY  
STYLIST

GOO|M RADIO

Spotify

last.fm

DEEZER  
imeem

JIWA  
FREE THE MUSIC

musicmesh



Grooveshark

musicMe

jamendo

bter

L'ÉQUIPE 21

RMC  
DECOUVERTE HD24

Chérie  
25

HD1

25

# T2 /Transformation des grands médias

## Christopher Baldelli

Président de RTL



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)

## Pierre Conte

Président du Figaro Médias



Diplômé de l'IEP, Pierre Conte, 50 ans, a commencé sa carrière comme journaliste à RTL. En 1986, il rejoint le groupe Expansion puis Canal +, avant de revenir au groupe Expansion en 1992 comme Directeur général adjoint, groupe qu'il quitte en 1997.

Après un an chez EMAP (racheté depuis par Mondadori), il devient Président d'IP France et Directeur Général Adjoint de RTL avant de devenir en 2002 Président d'OMD France (OMNICOM) la troisième agence média française.

Depuis mars 2005, il occupe les fonctions de Président de FigaroMedias (ex Publiprint), la régie publicitaire du Groupe Figaro et de Directeur Général Adjoint du Groupe Figaro.

En 2007, il devient Président du Directoire de Figaro Classifieds (ex Adenclassifieds). Pierre Conte vient d'être réélu pour 3 ans à la présidence d'Audipresse, société en charge des mesures d'audience du media presse.

## T2 /Transformation des grands médias

### Bruno Patino

Directeur général délégué  
aux programmes, aux antennes  
et aux développements numériques  
de France Télévisions



Bruno Patino est Directeur général délégué aux programmes, aux antennes et aux développements numériques de France Télévisions. Il était auparavant Directeur Général Délégué au développement de France Télévisions, et Directeur de France 5, après avoir dirigé France Culture et passé dix années au groupe Le Monde (Le Monde, Le Monde interactif et Télérama).

Il est également Directeur de l'École de journalisme de Sciences Po.

Il est notamment l'auteur, avec Jean-François Fogel de « Une presse sans Gutenberg » (Grasset, 2005) et de « La Condition numérique » (Grasset, 2013).

### Régis Ravanas

Directeur général adjoint TF1,  
en charge des Diversifications du groupe



Né en 1964, ingénieur EIP et diplômé du MBA HEC. Régis Ravanas a été journaliste avant de rejoindre Warner Music puis Polygram Music (désormais Universal Music) en tant que Chef de Produits.

Il est nommé, en 1995, Responsable des nouveaux réseaux de M6 Interactions, la filiale de diversification du Groupe M6. Il en devient Directeur général adjoint et crée le département Publications, les filiales M6 Éditions et M6 Événements, dont il prend la présidence, ainsi que le label de disques du Groupe M6. Il prend également la responsabilité de l'activité licensing et du site M6music.fr. En 2000, Régis Ravanas est nommé Directeur général de M6 Interactions. Il rejoint l'antenne de M6 en 2003 en tant que Directeur général adjoint des programmes, et pilote les unités de programmes magazines, divertissements, musique, jeux, télé réalité, jeunesse et programmes courts. Il a également sous sa responsabilité la diffusion et la programmation de la chaîne. Il est nommé en parallèle Président de Studio 89, la filiale de production du Groupe M6, et a été également Directeur des productions, de l'administration générale des programmes et moyens de productions de M6.

Il quitte le Groupe M6 en 2008 pour devenir producteur (spectacle : *Cendrillon* au théâtre Mogador, télévision : *Florence Foresti au Palais des Sports...*) puis rejoint le groupe TF1 en 2009 pour prendre la présidence de TF1 Entreprises et de Téléshopping. Il est nommé, début 2010, président de e-TF1. Depuis le 1er octobre 2010, Régis Ravanas est Directeur adjoint Diversifications du groupe TF1 et Président de TF1 Vidéo depuis janvier 2011.

# Pourquoi faut-il augmenter la contribution à l'audiovisuel public?\*

\* +5€ en 2013 + 3€ par an pendant 4 ans = 142€ en 2017 (hors inflation)

Pour que France Télévisions  
puisse renforcer  
sa politique documentaire.

Scam\*

33 000 auteurs racontent le monde

## Table 3

---

**Mission Lescure- quelles suites ? pour quel objectif ?  
dans quel calendrier ?**

### Intervenants

**Manuel Alduy**, Directeur cinéma du Groupe Canal +

**David Assouline**, Sénateur de Paris

**Jean-Michel Counillon**, Secrétaire général du Groupe TF1

**Emmanuel Durand**, Vice Président Marketing de Warner Bros.France

**Emmanuel Gabla**, Membre du CSA

**Olivier Henrard**, Directeur Exécutif, Secrétaire général du groupe SFR

**Laure de la Raudière**, Secrétaire Nationale de l'UMP, en charge des Médias,  
Nouveaux Médias et du Numérique et Député 3<sup>ème</sup> circonscription d'Eure et Loire

**Hervé Rony**, Directeur général de la SCAM

**Jean-Noël Tronc**, Directeur général de la SACEM

# Réformer la lutte contre le piratage

## Suppression de la Hadopi

Allègement de la réponse graduée

Renforcement de la lutte contre la contrefaçon lucrative



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

**CYBERDOUANE**

### Nouvelle mise en œuvre de la réponse graduée

**Commission de protection des droits** : phase pédagogique (envoi des avertissements préalables).

**Collège du CSA** : prononcé des sanctions pécuniaires au terme d'une procédure contradictoire en cas d'inefficacité des avertissements préalables.

**Sanction dépenalisée et montant réduit à 60 €** (fin de la suspension de l'accès à Internet).

**Projet de loi avant l'été sur le transfert des compétences de la Hadopi au CSA**

### Médiateur entre ayants droit et intermédiaires techniques et financiers

#### Missions :

- Etablir et actualiser, au terme d'une procédure contradictoire, un **index des sites coupables** de manquements répétés à leurs obligations en matière de propriété intellectuelle.
- Transmettre l'index aux **intermédiaires signataires de chartes de bonne conduite** en vue d'un déréfèrement, d'une suspension des moyens de paiement, d'une rupture des relations contractuelles, etc.
- En cas d'inefficacité, **saisir le juge** (L. 336-2 CPI) afin de contraindre les intermédiaires techniques et financiers à prendre les mesures appropriées.

# Développer les « services culturels numériques »

## Assouplissement de la chronologie des médias

- **Raccourcir les délais** de VàD (à 3 mois) et de VàDA (à 18 mois) ;
- Instituer une commission professionnelle compétente (CNC) pour **autoriser des expérimentations** (sortie anticipée ou simultanée, VàD premium) et des **dérogations** ;
- **Interdire ou limiter les gels de droits VàD** pendant les diffusions télévisées ;
- Introduire un **principe de fenêtres glissantes** pour les films tirés sur moins de 100 copies.

**Acteurs visés** : soit tous les services de VàD, soit uniquement ceux ayant pris des engagements volontaires dans le cadre du dispositif de conventionnement.

**Modification de l'accord professionnel du 6 juillet 2009**

## Nouveau mode de régulation reposant sur une logique de « donnant - donnant »

### Conventionnement des services culturels numériques avec le CSA

Fondé sur le **volontariat** et reposant sur différents types **d'engagements**. Exemples:

- Engagements d'exposition de la création européenne et d'expression originale française ;
- Engagement de contribution au financement de la création ;
- Tarifs sociaux, gratuité et contribution à l'offre non marchande.

### Contreparties accordées aux services conventionnés

- **Must distribute** : les distributeurs doivent faire droit aux demandes de reprise des services dans des conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires.
- **Aménagement de la chronologie des médias.**
- **Débit** : priorité dans la gestion des débits, sous le contrôle de l'Arcep.
- **Accès aux aides** : priorité dans l'accès aux soutiens publics.

# Financer la création en élargissant l'assiette des taxes et les assujettis



Financement  
du **COSIP**  
et du **Compte de  
soutien à la  
transition  
numérique**

**TST-D** : substituer à la TST-D **une taxe sur le CA des opérateurs de télécommunications** - si la jurisprudence européenne le permet - avec un taux réduit.

**TST-E** : assujettir les **recettes de publicité issues de la télévision de rattrapage** à la taxe sur les éditeurs de services de télévision.

**Taxe VàD** : assujettir les **distributeurs de SMAd** et les **éditeurs de VàD établis à l'étranger** qui s'adressent à un public français.

**Taxe sur les supports connectés** permettant de stocker ou de lire des contenus culturels, se substituant à terme à la RCP, impactant **le distributeur du matériel ou le prestataire de services** (et *in fine* le consommateur).



# Garantir la rémunération des ayants droit



## Mesures

Accords collectifs fixant le taux minimum et l'assiette de la rémunération des auteurs et des artistes au titre de l'exploitation en ligne

Consolider voire étendre la RCP au « cloud »

Etendre la rémunération équitable au webcasting

## Levier juridique

Voie législative : modification du CPI  
Arrêté ministériel pour extension des accords

Voie législative : modification du CPI

Voie législative : modification du CPI

# Des freins au niveau communautaire ?

Propositions de la Mission Lescure	Texte à modifier	Faisabilité	Possibles échéances
TVA : plaider pour une application souple du <b>principe de neutralité technologique</b> au niveau européen.	<i>Directive du 28 novembre 2006 relative au système commun de TVA</i>	Négociations très complexes en matière fiscale en raison du vote à l'unanimité (certains pays y sont très opposés).	2 à 5 ans
<b>Redéfinir la notion de « services culturels numériques » au niveau européen :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ redéfinition de la responsabilité éditoriale ;</li> <li>▪ prise en compte de la distribution ;</li> <li>▪ application de la règle du pays de destination à travers la notion d'établissement du service .</li> </ul> <b>Etendre le champ d'application</b> de la directive aux <b>plateformes hybrides</b> (portails, pages d'accueil et guides électroniques).	<i>Directive SMA du 10 mars 2010</i>	Les conclusions de la consultation faisant suite à la publication du livre vert sur la convergence pourraient être défavorables à l'élaboration d'une réglementation applicable aux acteurs OTT.	Long terme
Plaider pour que les dispositifs de soutien aux services culturels numériques puissent être autorisés sur le fondement de la <b>promotion de la culture</b> .	<i>Article 107.3.d) du TFUE</i>	Incertaine	Long terme
Etendre la garantie des <b>exceptions aux services en ligne</b> .	<i>Directive DADVSI du 22 mai 2001</i>	Incertaine	Révision de la directive prochainement engagée par la Commission.
<b>Substituer à la TST-D une taxe sur le CA des opérateurs de télécommunications.</b>	<i>Loi de finances</i>	Dépendra de la décision de la CJUE sur la taxe télécom et des négociations avec la Commission européenne.	Prochains mois

# T3 /Mission Lescure- quelles suites? pour quel objectif? sans quel calendrier?

## Manuel Alduy

Directeur cinéma du Groupe Canal +



Diplômé des Hautes Etudes Commerciales (H.E.C.), et de l'université de COLUMBIA (New York), Manuel ALDUY a débuté contrôleur de gestion à CANAL+ en 1994. Il fut en charge de la stratégie et du développement de chaînes thématiques du Groupe CANAL+ de 2001 à 2003, puis Directeur des chaînes CineCinema de 2003 à 2005, puis Directeur des Acquisitions du cinéma français de 2005 à 2008.

Depuis février 2008, il a en charge la politique éditoriale cinéma de CANAL+ et CANAL+ Cinéma , la supervision des chaînes thématiques CINE+, les acquisitions françaises et étrangères du pôle cinéma, ainsi que les relations avec les organisations professionnelles du cinéma.

Crédit photo :Philippe Mazzoni / Canal+ (pour la photo n° 2011046)

## David Assouline

Sénateur de Paris



David ASSOULINE est né le 16 juin 1959 à Sefrou (Maroc). Il est père de 3 enfants.

### Fonctions actuelles:

- Président de la commission sénatoriale pour le contrôle de l'application des lois,
- Vice-Président de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication,
- Président du groupe d'amitié France-Japon au Sénat, élu en 2008 et réélu en 2012,
- Vice-Président du groupe d'études sur les pratiques sportives,
- administrateur du Centre National du Cinéma et de l'image animée au titre du Sénat
- Conseiller de Paris,
- Président du groupe socialiste, radical de gauche et apparentés de la mairie du 20<sup>ème</sup> arrondissement,
- Vice-président du groupe socialiste, radical de gauche et apparentés de la mairie de Paris,
- Secrétaire national à la communication et la mobilisation du Parti socialiste,
- Porte-parole adjoint du Parti socialiste dans le dispositif de campagne pour les législatives 2012
- Porte-parole national du Parti socialiste depuis la victoire de la Gauche aux législatives 2012

# T3 /Mission Lescure- quelles suites? pour quel objectif? sans quel calendrier?

## Jean-Michel Counillon

Secrétaire général du Groupe TF1



Né en 1955, Jean-Michel Counillon est titulaire d'un DESS en droit des affaires, d'un diplôme de juriste-conseil d'entreprise en droit des affaires, et d'un diplôme de troisième cycle au Centre de perfectionnement aux affaires de la Chambre de commerce de Paris.

Jean-Michel Counillon a commencé sa carrière aux Ateliers et Chantiers de Marseille Provence en 1981.

De 1983 à 1987, il est Responsable des Affaires Juridiques de Radio Monte-Carlo.

En août 1987 il est nommé Directeur des Affaires Juridiques du groupe TF1, puis en septembre 1999 Secrétaire général du groupe TF1, tout en conservant la responsabilité de la Direction juridique.

## Emmanuel Durand

Vice-Président marketing  
de Warner Bros. France



Après avoir démarré sa carrière dans les médias, au sein de la chaîne M6, Emmanuel Durand a rejoint le secteur de la musique ; d'abord comme Directeur de la Publicité chez Universal Music, puis comme Directeur Marketing chez Sony Music.

Il a ensuite dirigé la filiale suisse de l'Oréal Cosmétique Active, avant de rejoindre le leader mondial de l'Entertainment Warner Bros., en tant que Vice-Président en charge de toutes les activités marketing : il couvre à ce titre le cinéma, la vidéo, le digital et les jeux vidéos.

# T3 /Mission Lescure- quelles suites? pour quel objectif? sans quel calendrier?

## Emmanuel Gabla

Membre du CSA



Né en mai 1969, ancien élève de l'École Polytechnique (X 88) et de l'École nationale supérieure des télécommunications, M. Emmanuel GABLA fut notamment chargé de mission à la direction générale des postes et télécommunications et du commerce extérieur, de 1993 à 1995.

Conseiller pour les affaires industrielles, chargé des télécommunications, de la société de l'information, de la poste et des aspects industriels du marché intérieur, à la représentation permanente de la France auprès de l'Union européenne à Bruxelles (1999-2002), M. Emmanuel GABLA fut, de juillet 2002 à avril 2004, conseiller technique pour les télécommunications et la poste au cabinet du Premier Ministre, M. Jean-Pierre RAFFARIN.

D'avril 2004 à juin 2005, M. GABLA fut directeur adjoint du Ministre délégué à l'Industrie, M. Patrick DEVEDJIAN. De juillet 2005 à janvier 2009, M. GABLA fut chef du service des technologies et de la société de l'information, au sein du ministère de l'économie des finances et de l'emploi.

Depuis janvier 2009, Emmanuel Gabla est membre du CSA. Chevalier de l'Ordre national du mérite. Chevalier de la Légion d'honneur.

## Olivier Henrard

Directeur exécutif, Secrétaire général du groupe SFR



Olivier Henrard, 46 ans, membre du Conseil d'Etat, est spécialisé dans le domaine de la culture, de la communication et de la propriété intellectuelle. Diplômé de la Faculté de droit et de l'Institut d'études politiques d'Aix-en-Provence, il a été responsable de différents services publics à la Ville de Paris, dans le domaine de la Culture (1993-1999). Il a ensuite intégré l'École Nationale d'Administration pour être nommé à sa sortie, en 2003, au Conseil d'Etat. A ce titre, il a exercé jusqu'en 2007 des fonctions juridictionnelles et de conseil juridique auprès du Gouvernement. Il a écrit parallèlement, pour le compte du Gouvernement, plusieurs rapports relatifs à la propriété intellectuelle dans la société de l'information. Il a ensuite exercé, entre 2007 et 2012, les fonctions de conseiller pour les industries culturelles, la propriété intellectuelle et le mécénat auprès de Christine Albanel, ministre de la Culture et de la Communication (2007-2009), puis de directeur-adjoint de cabinet auprès de son successeur Frédéric Mitterrand (2009), enfin de conseiller pour la Culture et la Communication du Président de la République (2010-2012). Il a ainsi piloté la négociation et l'élaboration de plusieurs projets de loi relatifs à la propriété intellectuelle et plus généralement aux politiques publiques dans le domaine de la Culture et la Communication.

Olivier Henrard, est Directeur exécutif, Secrétaire général du groupe SFR. Il est membre du Comité exécutif du groupe.<sup>47</sup>

# T3 /Mission Lescure- quelles suites? pour quel objectif? sans quel calendrier?

## Laure de la Raudière

Secrétaire Nationale de l'UMP,  
en charge des Médias, Nouveaux Médias  
et du Numérique  
et Député 3<sup>ème</sup> circonscription  
d'Eure et Loire



Député d'Eure-et-Loir depuis juin 2007, secrétaire de la commission des Affaires économiques de l'Assemblée nationale, Laure de La Raudière est également membre du Conseil National du Numérique et vice-présidente de la Commission supérieure du service public des postes et télécommunications.

Engagée pour le développement du numérique, elle a pris des positions reconnues sur les sujets de lutte contre la fracture numérique, de défense de la neutralité d'Internet et des réseaux et de développement d'un contexte favorable à l'innovation numérique (JEI...).

Auteur de plusieurs rapports de l'Assemblée nationale sur ces sujets, elle est aussi Secrétaire nationale de l'UMP en charge du Numérique.

Par ailleurs, elle est Maire de Saint-Denis-des-Puits depuis 2012 et conseillère régionale du Centre depuis 2010.

Diplômée de l'École normale supérieure, ingénieur en chef des Télécommunications, elle a passé 12 ans chez France Télécom (jusqu'en 2001). Laure de La Raudière a été associée dans une start-up Pertinence (développement de logiciel de datamining) et créatrice et chef d'entreprise de sociétés de conseil en réseaux et télécommunications auprès des grandes entreprises.

## 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 (Syndicat national de l'édition phonographique) en juillet 1994 où il a été directeur général jusqu'en 2009.

Depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2010, Hervé Rony occupe la fonction de directeur général de la SCAM (société civile des auteurs multimedia).

# T3 /Mission Lescure- quelles suites? pour quel objectif? sans quel calendrier?

## Jean- Noël Tronc

Directeur de la SACEM



Diplômé de l'Institut d'Etudes Politiques de Paris et de l'Essec, Jean-Noël Tronc a travaillé pour le Parlement européen, puis chez Andersen Consulting et au Commissariat général du Plan, avant de devenir conseiller « nouvelles technologies et société de l'information » du Premier ministre de 1997 à 2002.

Après cinq ans chez France Telecom/Orange (2002-2007) où il fut notamment directeur de la stratégie et de la marque, puis directeur général d'Orange France, il a été durant trois ans PDG de Canal+ Overseas qui regroupe les activités de télévision payante du groupe Canal Plus dans l'Outre-Mer et à l'international, avant de rejoindre la Sacem en tant que Directeur général, en juin 2012.

Il est également Vice-Président du GESAC (groupement européen des sociétés d'auteurs).

# Keynote Speaker

## Olivier Schrameck



Président du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel

- Diplômé de l'Institut d'études politiques de Paris (1971), titulaire d'un DES de droit public
- Ancien élève de l'École nationale d'administration (1975 - 1977, promotion André Malraux)
- Auditeur au Conseil d'État (1977)
- Commissaire du Gouvernement près l'assemblée du contentieux et les autres formations de jugement du Conseil d'État (1981 - 1982, 1987 - 1988)
- Conseiller technique puis chargé de mission auprès du ministre de l'Intérieur et de la Décentralisation (1982 - 1984)
- Directeur de cabinet du secrétaire d'État chargé des enseignements supérieurs au ministère de l'Éducation nationale (1984 - 1985)
- Directeur des enseignements supérieurs au ministère de l'Éducation nationale (1984 - 1985)
- Directeur de cabinet du ministre d'État, ministre de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports (1988 - 1991)
- Secrétaire général du Haut Conseil à l'intégration (1991 - 1993)
- Secrétaire général du Conseil constitutionnel (1993 - 1997)
- Conseiller d'État (1995)
- Directeur de cabinet du Premier ministre (1997 - 2002)
- Ambassadeur de France en Espagne (2002 - 2004)
- Président de la sixième sous-section de la section du contentieux du Conseil d'État (2006 - 2009)
- Membre du Comité de réflexion et de proposition sur la modernisation et le rééquilibrage des institutions de la Ve République (2007)
- Président de la section du rapport et des études du Conseil d'État (2009 - 2013)
- Vice-président, puis président du comité d'appel de la Banque mondiale (2010 - 2012)
- Membre de la Commission de rénovation et de déontologie de la vie publique (2012)
- Président du Conseil supérieur de l'audiovisuel depuis janvier 2013

### Ses principaux ouvrages:

*La Fonction publique territoriale*, Éd. Dalloz, 1995

*Les Cabinets ministériels*, Éd. Dalloz, 1995

*Matignon - Rive gauche, 1997-2001*, Éd. du Seuil, 2001

*Mémoires d'alternance - L'Espagne de Zapatero*, Éd. du Seuil, 2005

*Dans l'ombre de la République - Les cabinets ministériels*, Éd. Dalloz, 2006.



## Table 4

---

### **Le très haut-débit fixe et mobile, opportunité de reprise de valeur sur les marchés numériques?**

#### **Intervenants**

**Franck Abihssira**, Directeur des offres fixes, services et contenus de Bouygues Telecom

**Pierre-Jean Benghozi**, Membre du Collège de l'ARCEP

**Antoine Darodes**, Directeur de la Mission Très Haut Débit

**Olivier Huart**, Directeur général de TDF

**Michel de Rosen**, Directeur général d'Eutelsat

**Jérôme Yomtov**, Directeur général délégué de Numericable



# CONNTECTED LIFE BY TDF

La révolution multimédia est en marche et nous sommes au cœur des transformations qu'elle implique pour nos clients. Expert en diffusion audiovisuelle et concepteur de réseaux télécoms, TDF se positionne à la croisée des chemins des nouvelles technologies numériques, mobiles et multimédias via tous les modes de transport : hertzien terrestre, IP, satellite...



Imaginer des solutions  
pour un monde numérique

[www.tdf.fr](http://www.tdf.fr)

# Déploiement très haut débit fixe : état des lieux et objectifs

## Etat des lieux (fin 2012 - début 2013)

<b>Actuellement</b> (source : ARCEP)	Au 31 décembre 2012 : 8,85 M de foyers sont éligibles à une offre THD <sup>(1)</sup> , dont 6,95 M à une offre > 100 Mbit/s via FTTH (2,17 M) et FTTLA (4,79 M)				
<b>Actuellement</b> (source : opérateurs)	<b>Numericable</b> (FTTLA)	<b>Orange</b> (FTTH)	<b>SFR</b> (FTTH)	<b>Bouygues Telecom</b> (FTTLA & FTTH) <sup>(2)</sup>	<b>Free</b> (FTTH)
	4,9 M <sup>(3)</sup>	1,9 M	1,2 M	Réseau Numericable + plrs centaines de milliers de foyers éligibles au FTTH	NC

## Objectifs

<b>Objectif fixé par la Commission Euro.</b>	A l'horizon 2020 : éligibilité de tous les foyers à des offres THD (débit descendant > 30 Mbit/s) et abonnement de la moitié des foyers à des offres proposant des débits descendants > 100 Mbit/s
<b>Objectif fixé par le gouvernement</b>	Dès 2017 : près de la moitié de la population et des entreprises bénéficieront du THD <sup>(1)</sup> En 2022 : 100% de la population et du territoire national seront couverts en très haut débit, très majoritairement en FTTH

Source : NPA Conseil sur communications ARCEP, opérateurs et gouvernement

(1) La définition du très haut débit retenue dans la feuille de route numérique du gouvernement implique un débit descendant > 50 Mbit/s ; celle donnée par la Commission Européenne (et reprise par l'ARCEP) fait mention d'un débit descendant > 30 Mbit/s

(2) Bouygues Telecom s'appuie sur le réseau de Numericable (FTTLA) et déploie sa propre fibre (FTTH) dans certaines villes

(3) Raccordements en FTTLA offrant un débit au moins égal à 100 Mbit/s

# 4G : couverture actuelle et feuille de route des opérateurs

	Orange	SFR	Bouygues Telecom
Actuellement	15 agglomérations (50 villes <sup>(1)</sup> ) <sup>(2)</sup> et 65% de la population couverte en HSPA+	5 agglomérations (8 villes <sup>(3)</sup> ) et 65% de la population couverte en HSPA+	4 agglomérations (6 villes) <sup>(2)</sup> et 60% de la population couverte en HSPA+
Prochainement	<b>Fin juin 2013 :</b> 34 agglomérations (100 villes) <b>Septembre 2013 :</b> 50 agglomérations couvertes	<b>S2 2013 :</b> Paris Intra-muros	<b>Fin juin :</b> 7 agglomérations (10 villes)
Autres	<b>Fin 2013 :</b> • 30% de la population • dont Paris (couverture totale)	<b>Fin 2013 :</b> 55 agglomérations couvertes (soit plus de 35% de la population française) et 70% de couverture THD mobile globale (comprenant le HSPA+)	<b>1er octobre 2013 :</b> couverture nationale ; 40% de la population couverte (via « refarming » 1800 MHz)

Source : NPA Conseil sur annonces et communiqués opérateurs (au 28/05/2013)

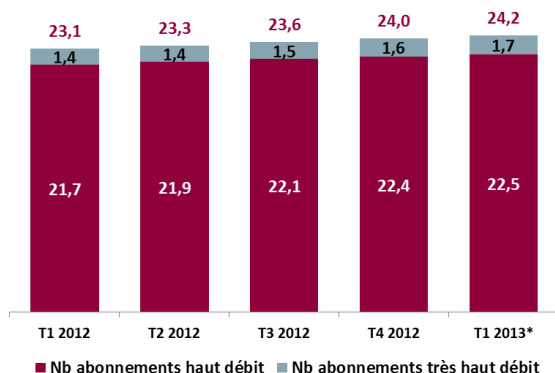
(1) Comprend Paris où seuls les 1er, 2nd, 8ème et 9ème arrondissements sont couverts

(2) Et Stade de Roland Garros et ses alentours

(3) Comprend Marseille dont la couverture totale ne sera effective qu'à la fin du mois de juin 2013

# Le très haut débit fixe en France

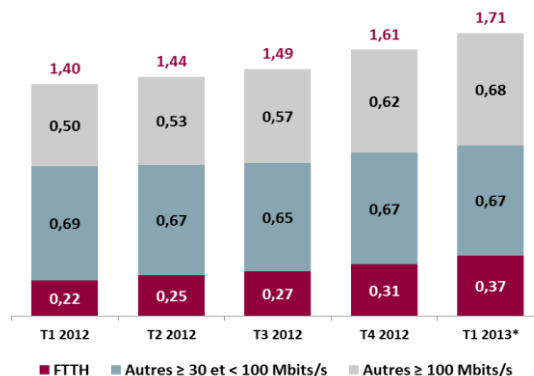
Un poids encore faible du très haut débit qui compte pour 7% du total des abonnements haut débit début 2013



\* Résultats provisoires au 30/05/2013

Sources : ARCEP, observatoire Haut et Très Haut Débit : marché de détail, 1<sup>er</sup> trimestre 2013

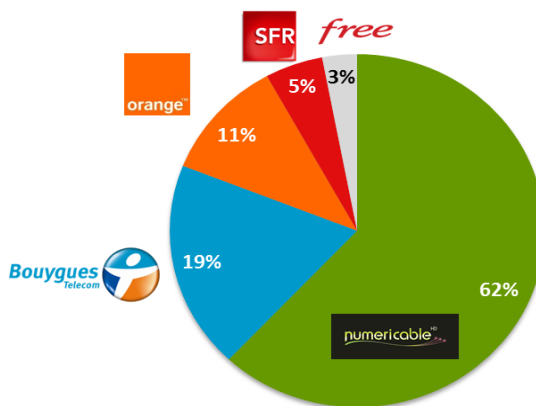
Répartition par type d'accès du marché français du très haut débit (en millions d'accès)



## Répartition par opérateurs des abonnés très haut débit en France fin 2012

Plus de ¾ des abonnés au très haut débit (≥ 30 Mbits/s) dépendent du réseau FTTLa de Numericable (utilisé également par une grande majorité des abonnés THD de Bouygues Telecom).



Orange représentent plus de la moitié des abonnés FTTH.



NB : Numericable bénéficie du changement de méthodologie de l'ARCEP courant 2012 suite à la modification de la définition relative aux services très haut débit par la Commission Européenne.

Désormais, sont comptés comme des abonnements très haut débit les accès à internet dont le débit crête descendant est supérieur ou égal à 30 Mbit/s (contre 50 Mbit/s auparavant).

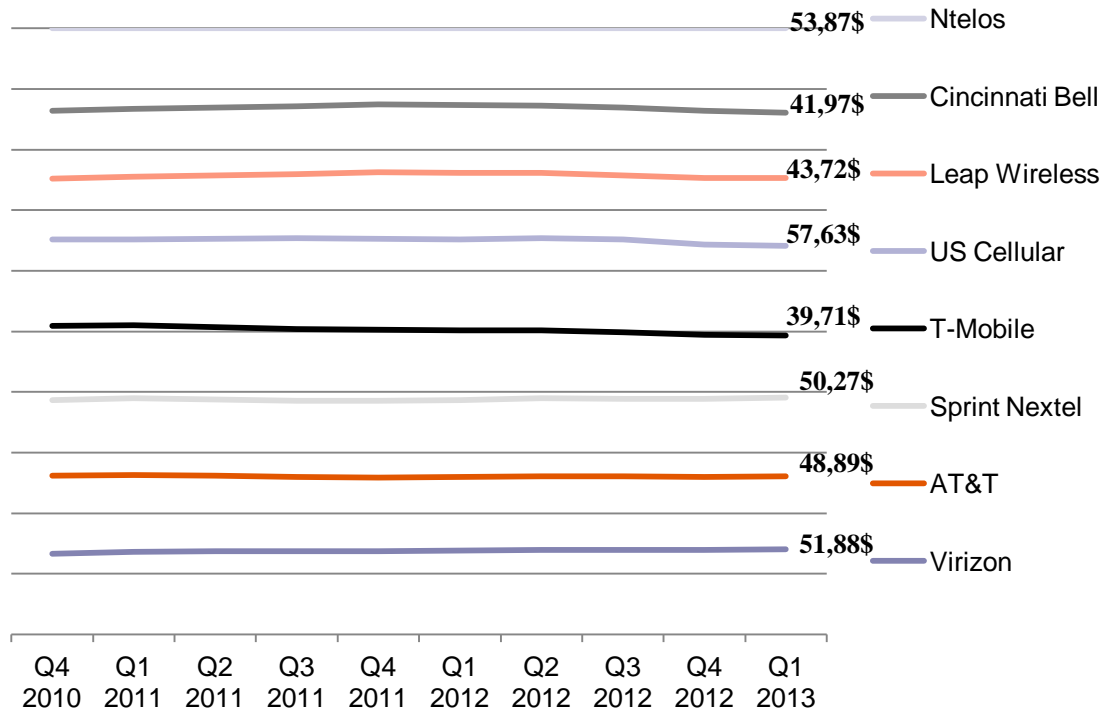
# TDF et Eutelsat, deux offres très haut débit sans fil

			
<b>Nom de l'offre THD</b>		<b>Connect'FH</b>	<b>Tooway</b>
<b>Date de lancement de l'offre</b>		Janvier 2013	Décembre 2010 (avec lancement satellite KA-SAT)
<b>Pour qui ? (1)</b>		Opérateurs et organismes institutionnels	Entreprises et collectivités
<b>Technologie utilisée</b>		Faisceaux hertziens pour la boucle locale	Réseau satellitaire basé sur KA-SAT qui appartient à une nouvelle génération de satellites multifaisceaux de grande capacité. De plus, Eutelsat s'appuie sur un réseau de dix stations au sol interconnectées par fibre optique réparties dans toute l'Europe
<b>Débits maximums théoriques</b>	<b>Réception</b>	150 Mbits/s	40 Mbits/s
	<b>Emission</b>	NC	10 Mbits/s
<b>Objectif commun</b>		Répondre aux besoins en Internet de professionnels trop éloignés des réseaux optiques ou qui ne disposent pas d'un débit suffisant	
<b>Limites de l'offre</b>		41% du territoire couvert à l'heure actuelle	2 millions d'utilisateurs maximum

(1) Ces deux offres THD ne sont pas à destinations des particuliers. Eutelsat propose son offre Tooway aux particuliers en version haut débit uniquement (débits allant jusqu'à 18 Mbits/s en réception et 6 Mbits/s en émission).

# Les enjeux économiques de la 4G

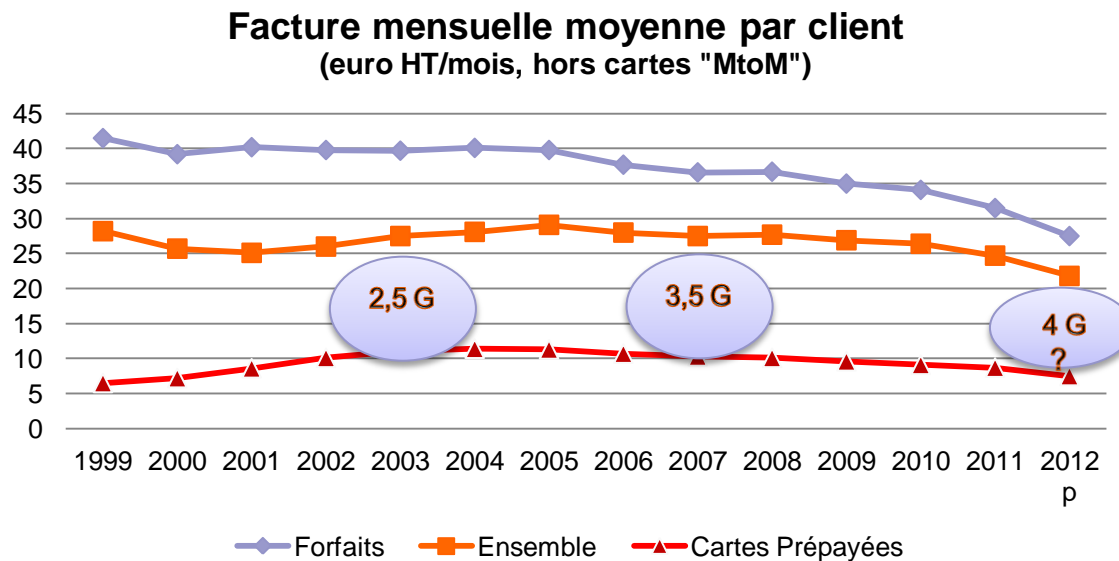
## Aux Etats Unis, les opérateurs maintiennent leurs ARPU



Source : Strategy Analytics

# Les enjeux économiques de la 4G

En France, les nouvelles générations sont sans effet sur les prix



Source : ARCEP



# T4 /Le très haut-débit fixe et mobile, opportunité de reprise de valeur sur les marchés numériques?

## Franck Abihssira

Directeur des offres fixes, services et contenus de Bouygues Telecom



Diplômé de l'ESI SUPINFO et d'un Master en architecture et administration de réseaux du CERAM (Sophia Antipolis), il débute sa carrière dans le Groupe Bouygues chez IB2 Technologies (Filiale IBM France – Bouygues) en 1989.

Il participe à la création de 9 Telecom (filiale Telecom Italia / Bouygues) en 1996 et prend la responsabilité de la Direction Commerciale de la branche Entreprises.

En 1998, il participe à la création du fournisseur d'accès internet WorldOnline France (filiale de Worldonline NV, TF1 et Bouygues Telecom) en tant que Directeur Marketing et Commercial.

A l'été 2000, il rejoint le Groupe TF1 pour prendre successivement des responsabilités de business développement, la Direction Générale de eTF1 et rejoint en 2003 TPS en tant que Directeur Général Adjoint Marketing et Commercial. Il sera en charge du lancement de l'offre TV ADSL « TPSL » en partenariat avec France Telecom.

En 2006, il rejoint Bouygues Telecom pour participer dans un premier temps au développement des activités « fixe » et aboutir au lancement de l'offre « triple play » Bbox en 2008. Ses responsabilités sont élargies en 2009 à la direction des activités contenus et services (fixe et mobile), et de la ligne de marché FAI Mobile (clé 3G+). En mars 2012, il est nommé au Comité de Direction Générale de Bouygues Telecom.

Depuis Avril 2009, il est Directeur des Offres fixes, services et contenus. Il est également Président de DARTY TELECOM (société acquise par Bouygues Telecom en juillet 2012, Administrateur de Buyster (regroupant ATOS, Orange, SFR et Bouygues Telecom) et membre de la Chambre de Commerce France-Israël.

## Pierre- Jean Benghozi

Membre du Collège de l'ARCEP



Né le 28 avril 1956, ancien élève de l'école Polytechnique, directeur de recherche au CNRS, Pierre-Jean Benghozi est directeur de recherche au CNRS et professeur à l'École polytechnique. Jusqu'à sa nomination, il y dirigeait le pôle de recherche en économie et gestion et y était responsable de la chaire innovation et régulation des services numériques qu'il avait contribué à fonder.

Il y est aussi responsable de la chaire innovation et régulation des services numériques. Il est l'auteur de nombreuses publications qui portent en particulier sur ses travaux consacrés au développement et à l'usage des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les grandes organisations.

Enseignant dans plusieurs grandes universités françaises et étrangères, il intervient également comme expert auprès d'administrations publiques et d'entreprises privées.

# T4 /Le très haut-débit fixe et mobile, opportunité de reprise de valeur sur les marchés numériques?

## **Antoine Darodes**

Directeur de la Mission Très Haut Débit



Ancien élève de l'École normale supérieure de Cachan, professeur agrégé d'économie-gestion, Antoine Darodes a commencé sa carrière à l'Autorité de la concurrence en juillet 2004 après trois ans de recherches de doctorat sur la nature des sanctions en droit de la concurrence à l'Université de Montpellier. A l'Autorité de la concurrence, il est principalement en charge de l'instruction des dossiers relatifs au secteur des communications électroniques.

En octobre 2009, il rejoint l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP), d'abord comme chargé de mission auprès du directeur général puis comme directeur des marchés du haut/très haut débit et des relations avec les collectivités territoriales (DHDC). En novembre 2012, Antoine Darodes est chargé par le Gouvernement de conduire la Mission Très Haut Débit pour préparer et mettre en œuvre le plan France Très Haut Débit.

## **Olivier Huart**

Directeur général de TDF



Olivier Huart, 48 ans, CEO du groupe TDF depuis février 2010, est diplômé de l'École Polytechnique de Paris, de Telecom Paris et de l'INSEAD. Olivier Huart a commencé sa carrière en 1987 au sein de France Telecom dans le business développement et le marketing.

Il rejoint le groupe SFR-Cegetel en mars 1995 où il est successivement conseiller du Président puis Directeur des Affaires Règlementaires du groupe SFR-Cegetel et enfin Directeur Général de Cegetel.

Fin 2005, il prend la présidence de BT en France. En quatre ans, il a développé avec succès l'entreprise en procédant par croissance organique afin de faire de BT France un acteur de référence dans le monde des solutions informatiques et de communication.

# T4 /Le très haut-débit fixe et mobile, opportunité de reprise de valeur sur les marchés numériques?

## Michel de Rosen

Directeur général d'Eutelsat



Michel de Rosen a rejoint Eutelsat Communications le 1er juillet 2009. Il a pris la fonction de Directeur général d'Eutelsat Communications à l'issue de l'Assemblée générale des actionnaires qui s'est tenue le 10 novembre 2009.

Michel de Rosen est diplômé de l'école des Hautes Etudes Commerciales (HEC) et de l'Ecole Nationale d'Administration (ENA). Il a commencé sa carrière à l'Inspection Générale des Finances et fut Directeur de cabinet du Ministre de l'Industrie et des Télécommunications de 1986 à 1988.

Au sein du Groupe Rhône-Poulenc Michel de Rosen a occupé les fonctions de Directeur général de Rhône-Poulenc Fibres et Polymères (1988-1993), puis fut Président-Directeur général de Rhône Poulenc Rorer (Etats-Unis, 1995-1999). En 2000, Michel de Rosen a pris la direction générale de la société américaine Viro-Pharma avant de revenir en France en 2008 en tant que Président -Directeur général de la société SGD.

## Jérôme Yomtov

Directeur général délégué de Numericable



Jérôme Yomtov est secrétaire général du groupe Numericable Completel depuis 2009.

Diplômé de l'Ecole polytechnique et de l'Ecole nationale supérieure des télécommunications de Paris, Jérôme Yomtov a travaillé de 2004 à 2009, au sein du département de fusions-acquisitions de HSBC. Il a apporté ses conseils à des clients européens notamment dans le secteur des télécommunications et des médias, et auprès du secteur public français.

Entre 1998 et 2004, Jérôme Yomtov a travaillé au ministère de l'économie, des finances et de l'industrie :

Entre 2002 et 2004, il a été conseiller technique chargé des télécommunications et de l'audiovisuel au cabinet du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie et au cabinet de la ministre déléguée à l'industrie.

Entre 1998 et 2002, il a été en charge à la direction du budget de la tutelle de nombreux établissements publics, et notamment des entreprises publiques du secteur de l'audiovisuel.

Entre 1996 et 1998, Jérôme Yomtov a été chargé de mission au sein du service Economie et Concurrence à l'Autorité de régulation des télécommunications (ancienne dénomination de l'ARCEP).

Jérôme Yomtov a démarré sa carrière en 1995 en tant que consultant chez McKinsey à Paris.

# Keynote Speaker

## Delphine Ernotte Cunci



Directrice Générale Adjointe Orange/Directrice Exécutive Orange France

-----  
46 ans  
Mariée – 2 enfants  
-----

Diplômée de l'École Centrale Paris, Delphine Ernotte Cunci a débuté sa carrière à France Télécom comme analyste financier puis comme ingénieur économiste à FTR&D.

Elle a ensuite travaillé dans la distribution en tant que Directeur des boutiques de Paris et Directeur Général de la filiale SDR entre 2000 et 2004.

Cette année-là, elle est nommée Directrice Régionale Centre Val de Loire.

En juillet 2006, Delphine Ernotte Cunci prend la direction de la Communication Commerciale et du Sponsoring France.

En mai 2008, elle devient Directrice Commerciale France et assure à partir de juillet 2009 les fonctions de Directrice Grand Public France.

Nommée le 6 avril 2010 Directrice Exécutive, adjointe des Opérations France, Stéphane Richard lui confie ensuite le 1er mars 2011 l'entière direction opérationnelle d'Orange France.

En octobre 2011, elle est également nommée Directrice Générale Adjointe du Groupe France Télécom.

Elle est aujourd'hui administratrice du Groupe Suez environnement et membre du Conseil d'Administration de l'École Centrale Paris et membre du Conseil d'Administration du « Centquatre ».

## Table 5

---

### **Monétisation de l'audience: Industries des contenus : quelles sources de revenus au-delà de l'audience ?**

#### **Intervenants**

**Bertrand Beaudichon**, Président de l'UDECAM, Vice-Président d'Omnicom Media Group France

**Pierre Bersagol**, Vice-Président de l'UDA, Directeur Marketing et Communication d'Auchan

**Julien Billot**, Directeur général adjoint, en charge du pôle médias de Pages Jaunes  
**Stéphanie Hospital**, Directrice Exécutive de la Division Audience et Publicité Digitales d'Orange

**Robin Leproux**, Vice-Président du directoire en charge des activités commerciales et du développement de M6

**Xavier Spender**, Président-Directeur général de L'Équipe 24/24

**Denis Terrien**, Directeur général du Groupe 3SI

**Cyril Zimmermann**, Président Directeur Général de Hi-Media

## Le **leader européen** de la monétisation d'audience sur Internet

ad**exchange**



Nous vous donnerons toujours une bonne impression

1ÈRE PLACE DE MARCHÉ PUBLICITAIRE  
EUROPÉENNE INDÉPENDANTE

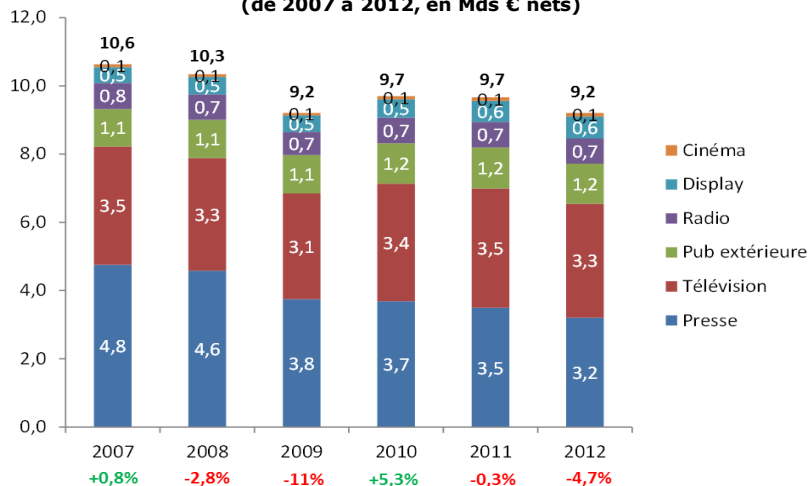
hipay

digital payments

SOLUTIONS DE PAIEMENT  
EN LIGNE

# Un marché publicitaire français en recul sensible depuis 5 ans

Evolution du marché publicitaire FR par média  
(de 2007 à 2012, en Mds € nets)



- Un marché qui n'a pas retrouvé les montants d'avant-crise (2007)
- La Presse est le 1<sup>er</sup> média impacté par ce contexte d'investissements en recul : -10 pts de PDM pub. entre 2007 et 2012.
- La Télévision est le 1<sup>er</sup> support publicitaire depuis 2011, devant la Presse.
- Les autres médias restent à peu près stables sur la période.
- Le Display est un relais de croissance, qui tend à perdre de sa puissance. Il ne progresse que de 5% en 2012, à 646 Ms €, vs 14% en 2011.
  - USA = + 9% en 2012, à 12 Mds \$
  - UK = +12,4%, à 1,3 Md £
  - DE = +15%, à 3,8 Mds €

... et le début 2013 confirme cette tendance baissière qui concerne l'ensemble des médias traditionnels

En Ms € nets	T1 2012	T1 2013	Evolution
Télévision	788	714	-9,4%
Presse	661	591	-10,6%
Pub. extérieure	267	250	-6,4%
Radio	126	123	-2,4%
Cinéma	21	15	-28,6%
<b>Total Médias</b>	<b>1 863</b>	<b>1 693</b>	<b>-9,1%</b>



# La monétisation de la marque Média via la diversification

- La diversification en dehors de leur périmètre d'activité « historique » offre l'opportunité aux groupes média d'accroître le rayonnement de leur marque (élargissement de la gamme de services proposés à leurs consommateurs), et d'augmenter leurs revenus additionnels.
- Ce type d'opérations s'effectue le plus souvent par le biais de partenariats avec des spécialistes, ou par des rachats (ex. TF1 Games et Jeux Dujardin).
- Les groupes média prennent pied sur de nouveaux secteurs : Tourisme - Voyage, Immobilier, Recrutement - RH, Télécommunications, Divertissements - Spectacles, Jeux - Licences...

LE FIGARO-fr

ACTUALITÉ - ECONOMIE - SPORT - CULTURE - LIFESTYLE - M&A

LES 5 VISAGES DE MALAGA

Ventes Voyages MYTRAVELCHIC

Echappée belle aux Seychelles Ile de Mahé - Seychelles Jusqu'à -70%

Voir les autres séjours >

Europe 1

IMMOBILIER

KAUFMAN & BROAD

Le flash économie

Dossiers à la une

DUJARDIN

TOUS LES JEUX

LE BLOG

TOP JEUX

OÙ TROUVER NOS JEUX ?

monster

Votre nouvelle vie vous appelle

Emploi

Pour faire carrière, la loyauté des cadres paye

Un célèbre économiste aide l'outil à se réfugier en France

Offres d'emploi sur monster

RTL.fr

NOS SERVICES & PARTENAIRES

FDJ

Explorimm

Bons plans Auto

Énergie

Immobilier

Formation

Jours de langue

RECHERCHER SUR RTL.FR

Mobile Orange

DÉS LE 6 MAI, RELEVONS LES DÉFIS

VOUS AVEZ DES TALENTS DE DJ ?

À VOUS DE JOUER !

MEVELEMENTS.FR

PAR ICI VOS SORTIES

ticketnet.fr



# T5 / Monétisation de l'audience: Industries des contenus : quelles sources de revenus au-delà de l'audience ?

## Bertrand Beaudichon

Président de l'UDECAM,  
Vice-Président d'Omnicom Media  
Group France



Bertrand Beaudichon – 41 ans – est le Vice Président d'Omnicom Media Group France depuis 2009.

Nommé parallèlement Président du CESP<sup>[1]</sup> en 2012, et Président de l'UDECAM<sup>[2]</sup> en janvier 2013, il est également membre du Conseil d'Administration de Médiamétrie<sup>[3]</sup> et du CRTM<sup>[4]</sup>. Il a participé en 2012 aux Cannes Lions et aux Eurobest en tant que membre du jury Media, représentant la France.

Un DESS d'audit à Dauphine en poche, Bertrand est entré chez Arthur Andersen en 1995, où il a audité de nombreux groupes, notamment DDB France.

En 1997, DDB France lui ouvre ses portes en tant qu'auditeur interne, et nourrit son évolution au sein du groupe. Nommé Directeur Financier à 28 ans, il accède au poste de Directeur Général Finances Group, membre du directoire, 5 ans plus tard.

Après 10 ans en immersion dans la culture DDB et Omnicom «Creative Solutions for Business Issues », il fait un rapide passage à la Direction Générale de GroupM (WPP) en 2008, puis rejoint Hervé Brossard en 2009 pour devenir le Vice Président d'Omnicom Media Group France et réaliser leur but commun : faire d'Omnicom Media un groupe conseil en communication media.

En avril 2012, il est nommé en parallèle Directeur Général de PHD, incarnant le positionnement du réseau: la créativité et l'innovation, alimentée par une pensée novatrice, « to find the better way » pour les clients de PHD.

[1] CESP : Centre d'Étude des Supports de Publicité

[2] UDECAM : Union des Entreprises de Conseil et d'Achat Media

[3] Médiamétrie : Institut de mesure d'audience médias audiovisuels Télévision, Radio, Cinéma, Internet, câble, satellite, multimédia, media audiovisuel, TNT, ADSL ...

[4] CRTM : Club de recherche tous médias

## Pierre Bersagol

Vice-Président de l'UDA,  
Directeur Marketing et Communication  
d'Auchan



Vice-président de l'UDA (Union des annonceurs)  
Après des études de publicité et de droit, a effectué la première partie de sa carrière en agences de publicité dans lesquelles il a pu développer son expertise de la communication des grands groupes et des entreprises en réseau. Il a ensuite intégré le monde de la grande distribution comme Directeur de la Communication puis du Marketing de l'enseigne Mammouth.

Pierre Bersagol est aujourd'hui directeur du Marketing Communication d'Auchan, administrateur de l'ARPP et d'Ecofolio.

# T5 / Monétisation de l'audience: Industries des contenus : quelles sources de revenus au-delà de l'audience ?

## Julien Billot

Directeur général adjoint,  
en charge du pôle médias de Pages Jaunes



Julien Billot est Directeur Général Adjoint en charge du Pôle Media chez Pages Jaunes Groupe depuis Septembre 2009 où il a en charge l'accélération du développement de l'activité Internet.

Il a occupé un poste similaire pendant trois ans chez Lagardère Active. Il y a assuré la transformation numérique en France et à l'international en tant que Directeur Général Numérique et New Business de Décembre 2006 à Août 2009. Avant cela, il était Directeur Marketing des Produits et Services Grand Public pour le Groupe France Telecom qu'il a rejoint en 1993. Il y commence sa carrière en tant qu'Ingénieur Grands Comptes à la Division Entreprise puis évolue en 1995 vers France Telecom Mobiles Paging où il travaille successivement comme Conseiller auprès du Président, Directeur des Finances et de la Stratégie, et enfin Directeur des Ventes et des Finances.

A partir de 1999, il rejoint Orange en France en tant que Directeur Marketing du Multimédia Mobile puis est promu Directeur des Marchés Mobiles Grand Public et Professionnels d'Orange France où il devient membre du Comité Exécutif.

Julien Billot est diplômé de l'Ecole Polytechnique et de Telecom Paris. Il est également titulaire d'un DESS d'Economie Industrielle obtenu à l'Université Paris IX Dauphine en 1993.

## Stéphanie Hospital

Directrice Exécutive de la Division  
Audience et Publicité Digitales d'Orange



Stéphanie Hospital dirige la Division Audience et Publicité Digitales d'Orange. Le rôle de cette entité internationale est double : développer la présence de l'opérateur dans l'univers digital et en accroître les revenus à travers des relais de croissance comme la publicité en ligne.

Dans ce cadre, Stéphanie a notamment la responsabilité de plusieurs filiales internationales du Groupe : Orange Advertising Services en Espagne, StarMedia sur la zone latino-américaine, Orange Digital Ltd et la régie Unanimis (acquise en 2009) au Royaume-Uni. Elle est également en charge de l'animation des acquisitions et partenariats d'Orange dans l'univers digital, notamment les participations acquises l'an dernier par le Groupe dans Dailymotion et les activités web de Skyrock.

Auparavant, Stéphanie a occupé des fonctions de management au sein d'Orange Labs et de Wanadoo, qui regroupait les activités Internet de France Telecom. Stéphanie a débuté sa carrière au sein d'Arthur Andersen Business Consulting. En tant que manager, elle a accompagné le développement des premières start-up et conduit des missions en stratégie et organisation dans l'univers d'Internet, des télécommunications et des médias.

Stéphanie Hospital est diplômée de Grenoble École de Management, l'une des premières écoles de management européennes.

# T5 / Monétisation de l'audience: Industries des contenus : quelles sources de revenus au-delà de l'audience ?

## Robin Leproux

Vice-Président du directoire en charge des activités commerciales et du développement de M6



Robin Leproux est depuis mars 2012 Directeur Général de M6 Publicité et Vice-Président du Directoire en charge des activités commerciales et du développement du Groupe M6.

Après un début de carrière chez Procter & Gamble, Robin Leproux rejoint Polygram en 1985 et il en devient Directeur Général des projets spéciaux en 1992. Il rejoint ensuite le groupe M6, dans lequel il développe les activités de diversifications jusqu'en 2000, devenant Vice-Président du Directoire en mai 2000.

En janvier 2001 il devient Président de RTL Radio dont il redresse la situation avec succès, avant de rejoindre le groupe Springer en 2007. Entre 2009 et juillet 2011, il exerce la Direction Générale du club de football Paris Saint-Germain.

## Xavier Spender

Président- Directeur général de L'Équipe 24/24



Directeur Général Adjoint (DGA) de la S.N.C. L'Équipe en charge des filiales et du développement  
Président – Directeur Général (PDG) de L'Équipe 24/24  
Ancien Président de l'A.C.C.e.S.  
Président du GIE ePresse

Après deux années passées dans le conseil média chez Initiative Media, Xavier Spender intègre en 1993 la Régie publicitaire du Groupe M6 où il deviendra Directeur Commercial.

En 2000, il rejoint la filiale M6 Web nouvellement créée dont il deviendra Directeur Général en 2002. Au sein de cette structure il développe les activités Internet et téléphonie mobile, et participe à la mise en place des programmes interactifs de la chaîne.

En 2005, il rejoint le groupe L'Équipe pour prendre en charge le développement du Groupe, et en particulier la distribution et la valorisation des contenus éditoriaux sur les plateformes numériques. Depuis Mars 2005, Xavier Spender est Directeur Général Adjoint (DGA) de la S.N.C L'Équipe en charge des filiales et du développement.

En 2006, il a été nommé Président – Directeur Général (PDG) de L'Équipe 24/24, société éditrice de L'Équipe 21 et de L'Équipe.fr.

En 2007 il est élu Vice-Président du GESTE (Groupement des Editeurs de Services en Ligne).

De 2008 à 2012, il est Président de l'A.C.C.e.S. (Association des Chaînes Conventiionnées Editrices de Services).

En 2010 il est élu Président du GIE ePresse.

# T5 / Monétisation de l'audience: Industries des contenus : quelles sources de revenus au-delà de l'audience ?

## Denis Terrien

Directeur général du Groupe 3SI



Denis Terrien est Directeur Général du Groupe 3SI, 3<sup>ème</sup> groupe de e-commerce en France, 10<sup>ème</sup> en Europe (classement Internet Retailer) et 2<sup>ème</sup> groupe de services au e-commerce en France comprenant des sociétés majeures en e-commerce (telles que 3 Suisses.fr, JM-Bruneau.fr, Blancheporte.fr) et en service (telles que Mondial Relay, Quais de l'image, et Cofidis). En 2011, hors participation financière, le chiffre d'affaires s'éleva à 1,9 Milliards d'Euros et le groupe emploie 7,500 personnes.

Denis Terrien a commencé son parcours professionnel chez McKinsey & Co à Londres. Après des expériences en marketing et en distribution, il rejoint amazon.com en 1999 et crée amazon.fr en France. En 2001, il rejoint le groupe Newell Rubbermaid et est nommé Président de Sanford Europe (filiale regroupant les marques telles que Waterman, Parker, Rotring, Dymo, Rolodex et Paper Mate). En 2007, il devient senior partner chez Aloe Private Equity.

Denis Terrien est ingénieur en mathématiques appliquées de l'ENSEEIH de Toulouse, d'un M.Sc en informatique de l'université d'Oxford et titulaire d'un MBA de Harvard Business School à Boston. Né en 1965, Denis Terrien est marié et père de 4 enfants.

Son parcours atteste d'une expérience d'entrepreneur et de dirigeant aussi bien en France qu'à l'étranger. Il a participé à l'écriture de plusieurs livres dont « Enquête sur les libérateurs d'énergie ». Denis Terrien a été élu Président de l'association patronal Entreprise et Progrès en Octobre 2011. Janvier 2013.

## Cyril Zimmermann

Fondateur et Président Directeur général de Hi-Media



### FORMATION

1994-1996 : INSTITUT D ETUDES POLITIQUE DE PARIS (IEP)  
1991-1994 : ECOLE SUPERIEURE DE COMMERCE DE PARIS (ESCP)  
1992-1994 : LICENCE D'HISTOIRE PARIS PANTHEON SORBONNE

### EXPERIENCE PROFESSIONNELLE :

Fondateur et PDG du groupe Hi-Media  
1996 : CREATION DE HI-MEDIA : groupe de medias et de services sur Internet  
2000 : COTATION DE HI-MEDIA SUR L'EUROLIST d'EURONEXT PARIS  
2001 : IMPLANTATION EUROPEENNE DE HI-MEDIA  
2012 : le groupe HI-MEDIA

- emploi 500 personnes dans 9 pays européens (France, Suède, Allemagne, Pays-Bas, Belgique, Espagne, Portugal, Italie, Royaume-Uni) et dispose de JV au Brésil et en Russie ;
- propose aux éditeurs de sites internet
  - une place de marché publicitaire (Hi-Media AdX) ;
  - une place de marché de solutions de paiement (Hi-Pay&Allopass) ;
- est actionnaire ou éditeur
  - de sites sur le jeu video, le cinéma, la musique, la télévision (jeuxvideo.com, toutlecinema.com, magicrpm.com, programme-tv.com) ;
  - de titres d'information (La Tribune, Contre feux)
  - réalise 230 millions d'euros de chiffre d'affaires (2011)

### DIVERS

Production de spectacles de danse et de de Théâtre  
Editeur d'un magazine de musique  
Gérant de la société de Taxi- Moto HiCab



Notre monde change, les modèles évoluent, vos besoins s'élargissent.  
Pour vous accompagner avec toujours plus de réactivité, les trois entreprises leaders sur les marchés du sport et du divertissement:

**VCF, SFP et Euro Media Télévision fusionnent pour créer :  
EURO MEDIA France**

Pour plus de lisibilité et d'efficacité, EURO MEDIA FRANCE s'organise autour de 3 pôles dédiés :



*Variété, Jeux,  
Divertissements*



*Captations sportives,  
Retransmission HR*



*Real TV,  
Événementiel,  
Institutionnel*

Dès le 1er Janvier 2010, les équipes d'EURO MEDIA FRANCE, vous apporteront :

- Plus de souplesse grâce à la mutualisation de nos moyens humains, techniques et immobiliers,
- Plus de visibilité au quotidien avec des interlocuteurs identifiés en fonction de vos projets,
- Plus de créativité en capitalisant l'ensemble de nos savoir-faire,
- Plus d'innovation dans la gamme de nos services pour répondre à vos demandes,
- Plus de clarté avec l'accès rapide à nos tarifs et aux caractéristiques techniques de nos cars et plateaux.

Nous vous remercions pour votre confiance et votre fidélité et sommes heureux de construire avec vous, les nouvelles pages de notre histoire commune.

Vous pourrez compter sur l'entière motivation de nos équipes, pour vous accompagner dans tous vos défis.

<http://www.euromedia-france.com>



Créé il y a 16 ans à Paris, présent dans 9 pays en Europe et employant près de 500 personnes, le groupe Hi-Media mise depuis ses débuts sur la complémentarité des revenus publicitaires et des revenus du e-commerce pour alimenter le modèle économique de tous les sites Internet.

Le groupe Hi-Media est ainsi devenu un partenaire privilégié des éditeurs dans la monétisation de leur audience et de leurs contenus numériques ou marchands.

Avec 230 millions d'euros de chiffre d'affaires réalisé en 2011, il occupe aujourd'hui la place de leader européen des régies publicitaires indépendantes et de premier opérateur européen du secteur du micro-paiement. Enfin, grâce à une équipe R&D de 100 ingénieurs et informaticiens, Hi-Media est une entreprise technologique qui investit en permanence dans l'innovation sur ses métiers de la publicité et du paiement.

<http://www.hi-media.com/>



## Mediametrie

### Au cœur 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](http://www.mediametrie.fr)



France Télécom-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 170 000 salariés au 31 mars 2013, dont 104 000 en France. Présent dans 32 pays, le Groupe servait près de 230 millions de clients au 31 mars 2013, dont 172 millions de clients du mobile et 15 millions de clients ADSL et fibre dans le monde. Orange est l'un des principaux opérateurs européens du mobile et de l'accès internet ADSL et l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales, sous la marque Orange Business Services.

Avec son projet d'entreprise « conquêtes 2015 », Orange s'adresse simultanément à ses salariés, à ses clients, à ses actionnaires et plus largement à la société dans laquelle l'entreprise évolue en s'engageant concrètement sur des plans d'actions. Ceux-ci concernent les salariés du Groupe grâce à une nouvelle vision des Ressources Humaines ; les réseaux, avec le déploiement des infrastructures du futur sur lesquelles le Groupe bâtira sa croissance ; les clients, avec l'ambition de leur offrir la meilleure expérience parmi les opérateurs grâce, notamment, à l'amélioration de la qualité de service ; et l'accélération du développement international.

France Télécom (NYSE:FTE) est cotée sur NYSE Euronext Paris (compartiment A) et sur le New York Stock Exchange. Pour plus d'informations (sur le web et votre mobile) : [www.orange.com](http://www.orange.com), [www.orange-business.com](http://www.orange-business.com), [www.orange-innovation.tv](http://www.orange-innovation.tv) ou pour nous suivre sur Twitter : @presseorange



# Scam\*

## La SCAM

La Société civile des auteurs multimédia accompagne le colloque NPA pour la troisième fois et son Directeur général, [Hervé Rony](#) nous fait l'honneur d'intervenir au mois de novembre.

La Société civile des auteurs multimedia est une société de perception et de répartition de droits d'auteur (SPRD). Créée par les auteurs pour gérer leurs droits, la Scam est aussi leur porte-parole, elle défend leurs intérêts professionnels, matériels et moraux. Elle mène également une action culturelle et sociale. Aujourd'hui, la Scam rassemble plus de 30.000 réalisateurs, auteurs d'entretiens et de commentaires, écrivains, traducteurs, journalistes, vidéastes, photographes et dessinateurs.

Société civile des auteurs multimedia – 5 avenue Vélasquez 75008 Paris – Tel +33 1 56 69 58 58 - [www.scam.fr](http://www.scam.fr)



Au cœur de la révolution numérique, le Groupe TDF développe une plateforme hertzienne multi-formats et multi-supports pour gérer et distribuer les contenus vidéo, audio et data de ses clients vers tous types de récepteurs. Diffuseur de passion et concepteur de réseaux télécoms, TDF se positionne à la croisée des chemins des nouvelles technologies numériques, mobiles et multimédias via tous les modes de transport : hertzien terrestre, IP, satellite... Créateur de solutions innovantes depuis des années, TDF développe les communications de demain : cinéma numérique, 3D, TNT connectée, vidéo à la demande, télévision de rattrapage, radio numérique, diffusion web, information trafic en temps réel, réseaux télécoms très haut débit... Une seule ambition au service de ses clients et des consommateurs : le média quand on veut, où on veut, et comme on veut...

[www.tdf.fr](http://www.tdf.fr)

# VISIWARE

Visiware, basée à Paris, New-York et Sydney est le premier éditeur mondial de solutions de TV interactive sur 1<sup>er</sup> et 2<sup>ème</sup> écrans.

Des jeux aux applications enrichies,  
Des chaînes de télévision aux opérateurs,

...la société fournit des technologies de pointe, tel le PlayAlong : la plateforme de SocialTV / 2<sup>nd</sup> Screen la plus déployée dans le monde.

Visiware propose 3 principales solutions B2B :

La plateforme PlayAlong « Second Screen »

*(Note : Grâce au PlayAlong, vous pourrez suivre le colloque NPA en direct le 20 juin sur <http://www.colloque-npa.fr>).*  
Cette nouvelle plateforme unique permet aux producteurs, chaînes de télévision et opérateurs de lancer des contenus interactifs, enrichis et sociaux, synchronisés avec la télévision. Des millions de téléspectateurs peuvent participer simultanément à une émission de télévision via internet, leurs smartphones, tablettes ou même sur Facebook. Depuis le lancement de cette plateforme, plus de 1000 émissions ont été produites dans 20 pays.

Le Studio

L'agence des applications de nouvelle génération, conçoit et développe des interfaces utilisateurs personnalisées, sur mesure, pour la télévision numérique et déploie des applications de télévision pour satellite, câble, IPTV, OTT, la TV connectée, etc...

PlayinTV

La chaîne de jeux de télévision interactive. Visiware opère PlayinTV pour les plus grands opérateurs de télévision numérique dans plus de 30 pays.

Plus d'information sur le site : <http://www.visiware.com/>

# 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