

# La vague OTT principaux services et évolution des modèles de distribution

Malgré un poids et un succès variables en fonction des pays, la puissance et les positions acquises par les deux principaux services globaux de vidéo à la demande par abonnement américains, Netflix et Amazon Prime, conduisent les autres acteurs, pure-players, éditeurs de chaînes de télévision, ayants-droit et studios, distributeurs d'offres de télévision, à adapter leur positionnement OTT.

Tentative de reprise de la gestion de leurs contenus pour les uns, hybridation entre télévision payante et vidéo à la demande par abonnement pour d'autres, recherche d'un nouveau positionnement d'agrégateur de services en ligne, les modèles foisonnent et rendent plus que jamais nécessaire une vision globale de l'OTT en Europe aujourd'hui.

Au cours de l'été, tous les acteurs ou presque, des groupes médias aux opérateurs télécom sans oublier les « géants mondiaux du numérique » ont annoncé leurs nouveaux projets OTT et leurs investissements dans les contenus.

Face à l'ambition croissante des pure-players, **Amazon**, **Apple**, **Netflix**, **YouTube** et maintenant **Alibaba**, les acteurs traditionnels organisent leur riposte : annonce du retrait de **Fox** et de **Disney** des catalogues Netflix ; projet commun de VoD premium pour **Universal Pictures** et **Warner Bros**. Lancement prochain par Viacom de **Paramount+**, un nouveau service de SVoD, en Scandinavie. **CBS All Acces** va s'étendre à l'international dès 2018. Le groupe **Turner** investit dans les droits du football européen pour lancer un service de streaming dédié au sport.

Outre que la vague, d'abord centrée sur les programmes de stocks (cinéma et séries prioritairement) s'étend désormais à l'ensemble des genres (dont le sport) et qu'elle associe de plus en plus systématiquement accès à la demande et diffusion linéaire, on peut également retenir de cet « été OTT » :

- La détermination de l'ensemble des acteurs à s'assurer (ou à reprendre) **la maîtrise des droits** et la tendance croissante à vouloir les **exploiter en direct** au risque de fragmenter l'offre ;
- Le passage progressif des **fonctionnalités permettant d'améliorer « l'expérience client »** (start over, nPVR, Download to go...) du rang de « bonus » à celui de « must have » ;
- La volonté de « **penser global** » en déployant ces nouvelles offres bien au-delà des frontières nationales.

L'accélération de la vague OTT conduit NPA Conseil à proposer une étude sur les « Principaux services OTT en Europe et l'évolution des modèles de distribution ».

## Objectif

- Proposer une vision des développements des offres OTT en Europe ;
- Comprendre les dynamiques des services et appréhender leurs impacts sur le marché et sur les chaînes de valeur de l'audiovisuel (jeux d'alliances...).
- Identifier les stratégies gagnantes et les « best practices »

## Méthodologie : Cartographie des offres et Fiches signalétiques des services

### PARTIE I

- Les **cartographies des offres disponibles** sur cinq des principaux marchés européens (Royaume-Uni, Allemagne, Espagne, Italie et Scandinavie) permettront de compiler plusieurs données de marché sur le volume, la valeur et les dynamiques du marché OTT, d'identifier les principales particularités pour chaque pays, et de comprendre quels sont aujourd'hui les acteurs qui animent ces marchés, et leur positionnement par rapport aux acteurs globaux.
- Il s'agira également d'évaluer « **l'impact OTT** » sur les chaînes de valeur et l'écosystème des principaux acteurs de l'audiovisuel : niveau des investissements réalisés, degré d'internationalisation des services, positionnement des offres, stratégies d'alliances, modes de distribution et leviers de promotion...

### PARTIE II

**Focus sur un panel de 10 services OTT** opérant en Europe, dont les deux services globaux, Netflix et Amazon Prime qui bénéficieront d'une analyse transversale. La sélection prendra en compte le poids et l'importance des services locaux mais également la diversité des approches possibles en termes de stratégie OTT.

Allemagne	Espagne	Italie	Royaume-Uni	Scandinavie
<i>Maxdome</i>	<i>Rakuten TV</i>	<i>Infinity</i>	<i>NOWTV</i>	<i>Viaplay</i>
	<i>Movistar+</i>		<i>Disney Life</i>	<i>HBO Nordic</i>
<i>Netflix</i> <i>Amazon Prime (avec focus sur Amazon Channels)</i>				

Une grille d'analyse permettra de détailler pour chacun des services :

- La fiche signalétique du service avec l'éditeur, le prix, les modes de commercialisation, les accords de distribution, notamment les possibilités d'accès au téléviseur,
- La qualité de l'expérience utilisateur avec une analyse des fonctionnalités proposées,
- Les leviers marketing et promotionnels,
- Le catalogue disponible avec le contour des offres (volume, qualité),
- Les stratégies de programmation et d'événementialisation des sorties
- Un récapitulatif sous forme d'analyse SWOT prenant en compte l'impact potentiel ou réel du service sur les chaînes de valeur.

**Prix : 3 500 € HT**

**Livrable : le 16 octobre sous Power Point (50 à 60 slides)**

Contact : Chantal Giner-Dufour – cginerdufour@npaconseil.com – 01 41 31 99 22 – 06 63 01 59 79



[Etude] Principaux services OTT et évolution des modèles de distribution