

NPA Conseil et Harris Interactive lancent le  
**Baromètre trimestriel de l'équipement OTT et des nouveaux usages audiovisuels**

« Tous les concurrents qui dynamitent le marché depuis 5/6 ans sont des plateformes qui passent, soit directement en OTT, soit en câble-satellite pour leur distribution.

Trois ans en télévision, c'est immense ! Tant dans les usages que dans les changements technologiques et les mutations de l'environnement concurrentiel.

Les choses évoluent tellement vite que ce que je considérais vrai il y a un an et demi ne l'est plus nécessairement aujourd'hui ».

(Maxime Saada, 30 septembre 2020)

Ainsi que le soulignait le président du directoire de Canal+ lors de sa dernière audition par le CSA, la montée de l'OTT bouleverse chaque jour davantage l'équilibre du secteur audiovisuel. Quelques chiffres permettent d'illustrer l'intensité de ces mouvements :

- **Equipements OTT : près d'un foyer français sur deux (48%)** possède au moins une smart TV, une clé HDMI (Chromecast, Amazon fire stick...) et/ou une box OTT (Apple TV, Roku...)¹.
- **SVoD : entre décembre 2019 et fin juin 2020, la proportion de foyers abonnés à un service de SVoD au moins a gagné trois points (47,2% au début de l'été), pour une moyenne de 1,66 services par foyer abonné (1,36 fin 2019)¹.**
- **Commercialisation en direct des services : plus de 85% des abonnés à des services de SVoD ont souscrit à au moins l'un d'entre eux en passant par leur site Web (85,9%)** et moins de 15% (13,3%) via la box de leur FAI¹.

Le lancement de nouveaux devices ([la nouvelle Chromecast, le 15 octobre, par exemple](#)) et l'arrivée attendus de nouveaux services (Salto, HBO Max ou Paramount+... coté SVoD, Peacock, Pluto TV ou Hulu, s'agissant de l'AVOD) vont continuer à faire bouger les lignes et remettre en cause les schéma de distribution qui dominaient (bouquets Canal+, forfaits « 3P » des opérateurs...).

Avec le **Baromètre trimestriel de l'équipement OTT et des nouveaux usages audiovisuels**, NPA Conseil et Harris Interactive permettent au marché de prendre la mesure de ces bouleversements :

- **Chaque trimestre, le suivi des courbes d'abonnements** aux principaux services de SVoD,
- **Deux fois par an, l'état de l'équipement en appareils connectés** (smart TV, clés HDMI, box OTT) et l'évolution des usages, en fonction des abonnements SVoD et Pay TV du foyer (visionnage sur le téléviseur via la box ou en OTT, place des écrans autonomes – ordinateurs, smartphones, tablettes –, part des abonnés 3P pour chaque opérateur, canaux de distribution utilisés pour s'abonner...),
- **Deux fois par an, un focus consacré à une offre ou à un usage émergent** (septembre 2020 : la place et les perspectives de l'AVoD).

La commercialisation de ce Baromètre est proposée :

- A la commande unitaire (2 990€ HT par vague OTT ; 3 990 € HT par focus),
- Sous forme d'abonnement semestriel (une vague OTT et un focus : 6 290 € HT)
- Sous forme d'abonnement annuel (deux vagues OTT et deux focus : 11 490 € HT)

Des questions ad hoc pourront y être ajoutés sur demande, dont les résultats seront communiqués à titre exclusif.

Contacts :

- NPA Conseil : Gilles Pezet ([gpezet@npaconseil.com](mailto:gpezet@npaconseil.com)) ;
- Harris Interactive : Karl Fombuena ([KFombuena@harrisinteractive.fr](mailto:KFombuena@harrisinteractive.fr))

¹ Etude Les Français et l'OTT NPA Conseil / Harris Interactive ; 3966 interviewés du 3 au 7 juillet 2020