

[English Version](#)

## Netflix, bientôt 4<sup>e</sup> régie de publicité TV française ?

Les courses de fond se jouent souvent dans la dernière ligne droite : le 1<sup>er</sup> septembre, le [Wall Street Journal](#) annonçait que Netflix lancerait dès le 1<sup>er</sup> novembre son offre intégrant de la publicité, brûlant ainsi la politesse à Disney+, attendu le 8 décembre, alors que le groupe avait jusqu'alors toujours communiqué sur un démarrage début 2023. Des informations qui ont filtré, on retient l'annonce d'une programmation de spots limitée à 4 minutes par heure et un tarif – brut – affiché à 65\$.

### Plus de 330 M€ de recettes potentielles si 60% des abonnés adoptent la nouvelle formule

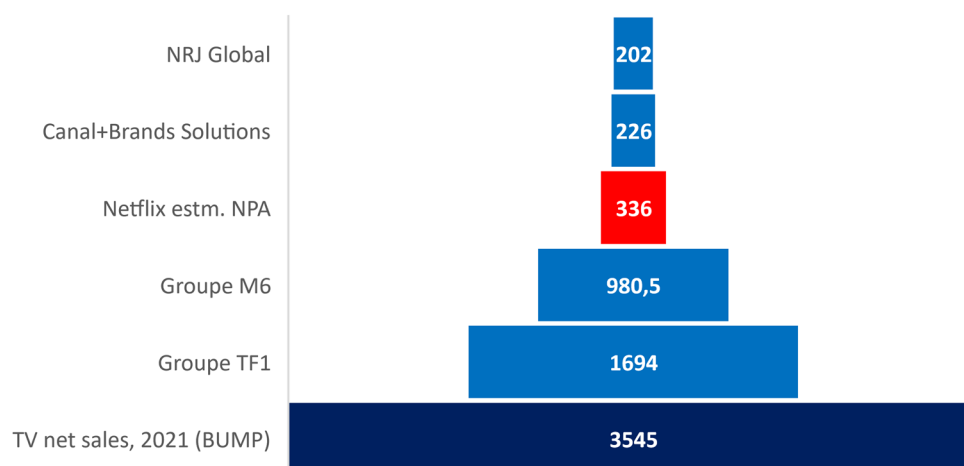
Le modèle construit par NPA Conseil évalue l'importance des revenus que la publicité pourrait rapporter en France à Netflix à environ 200 millions d'euros, sur la base du CPM brut à 65\$ évoqué par le groupe (taux de change \$/€ = 1), et d'un taux de conversion de la base d'abonnés de 30% (part de ceux qui optent pour la formule avec publicité).

Estimate of CPMs practiced by different audiovisual media		
Local TV, FAST, Display Video (mobile or desktop)	10 \$	10 €
Broadcast TV (excl. prime time), Cable TV (prime time)	20 \$	20 €
Hulu	30 \$	30 €
Broadcast TV (prime time)	45 \$	45 €
Netflix	65 \$	65 €

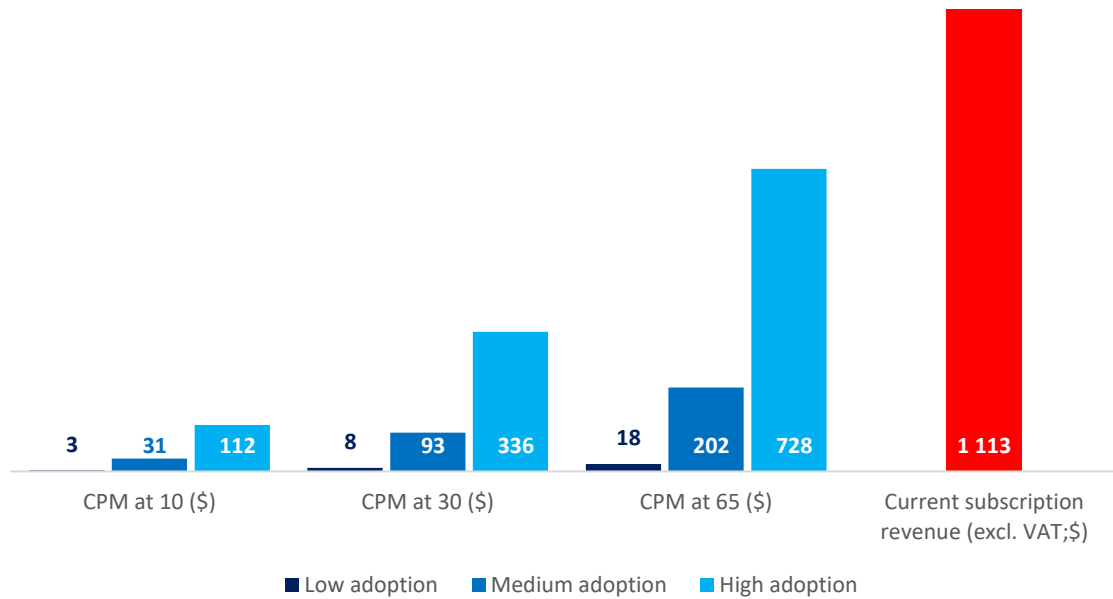
Source : NPA Conseil

**Le chiffre d'affaires pourrait dépasser les 330 M€ en retenant un tarif de 30\$ – plus proche des ordres de grandeur observés dans le marché – et un niveau de conversion de 60%** (qui reste inférieur à ce que Walt Disney anticipe pour Disney+)<sup>1</sup>. **Netflix se positionnerait alors en 4<sup>e</sup> position parmi les régies de publicité TV françaises, après TF1 Pub, M6 Publicité et France Télévisions Publicité, mais devant Canal+ Brand Solutions et NRJ Global.** A titre de comparaison, NPA Conseil estime aujourd'hui à 1,1 M€ le chiffre d'affaires (HT) réalisé par Netflix sur les seuls abonnements.

### Netflix, 4th TV advertising company in France?



<sup>1</sup> Sur la base des niveaux observés pour Hulu, la directrice financière de Walt Disney avait indiqué au printemps qu'elle anticipait 70% de basculement s'agissant de Disney+.



Source : NPA Conseil

« Le niveau de conversion constituera une variable-clé, mais il faudra attendre de connaître le prix auquel Netflix commercialisera cette nouvelle formule pour affiner les prévisions, relève Philippe Bailly. Mais s'ajoutant à l'arrivée de la publicité sur Disney+ et à la montée en puissance des chaînes FAST ou des plateformes d'AVoD, la concurrence va devenir féroce sur le marché de la publicité video premium, en France comme à l'international. Il faut s'attendre à de sérieuses redistributions de parts de marché ».

L'ensemble de l'étude dans l'INSIGHT NPA du 8 septembre

Plus d'information :

Philippe Bailly – (+33) 01 41 31 99 20 – [pbailly@npaconseil.com](mailto:pbailly@npaconseil.com)

## Netflix, soon 4th French TV advertising agency?

**Paris, September 6.** Long-distance races are often played out in the home stretch: on September 1, the Wall Street Journal announced that Netflix would launch its ad-supported service on November 1, beating out Disney+, which was expected on December 8, even though the group had always said it would start in early 2023. From the information that has filtered out, we retain the announcement of a programming of spots limited to 4 minutes per hour and a price - gross - displayed at \$ 65.

### Over €330 million in potential revenue if 60% of subscribers adopt the ad-supported formula

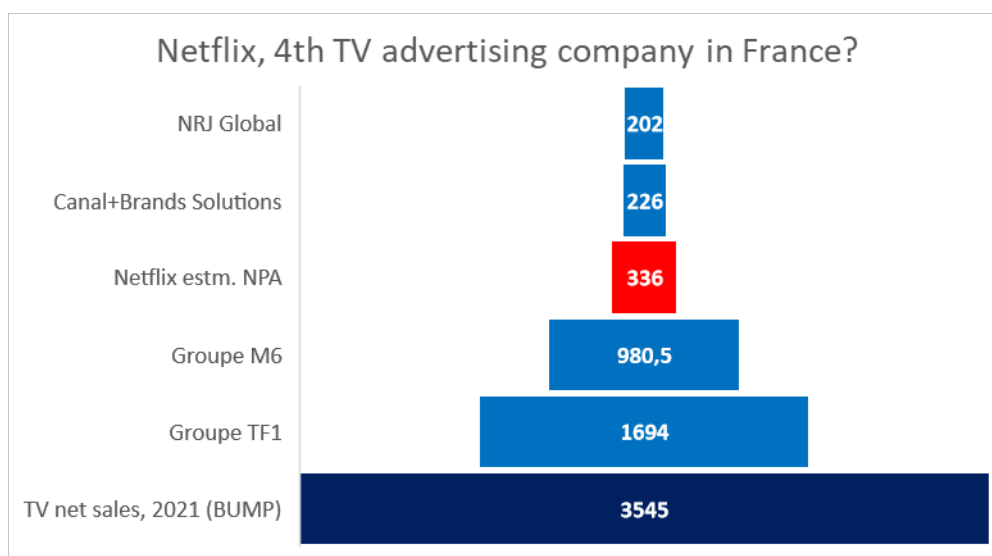
The model built by NPA Conseil estimates the amount of revenue that advertising could bring in France to Netflix at around 200 million euros, based on the gross CPM at \$65 mentioned by the group (\$/€ exchange rate = 1), and a conversion rate of the subscriber base of 30% (share of those who opt for the formula with advertising).

Estimate of CPMs practiced by different audiovisual media		
Local TV, FAST, Display Video (mobile or desktop)	10 \$	10 €
Broadcast TV (excl. prime time), Cable TV (prime time)	20 \$	20 €
Hulu	30 \$	30 €
Broadcast TV (prime time)	45 \$	45 €
Netflix	65 \$	65 €

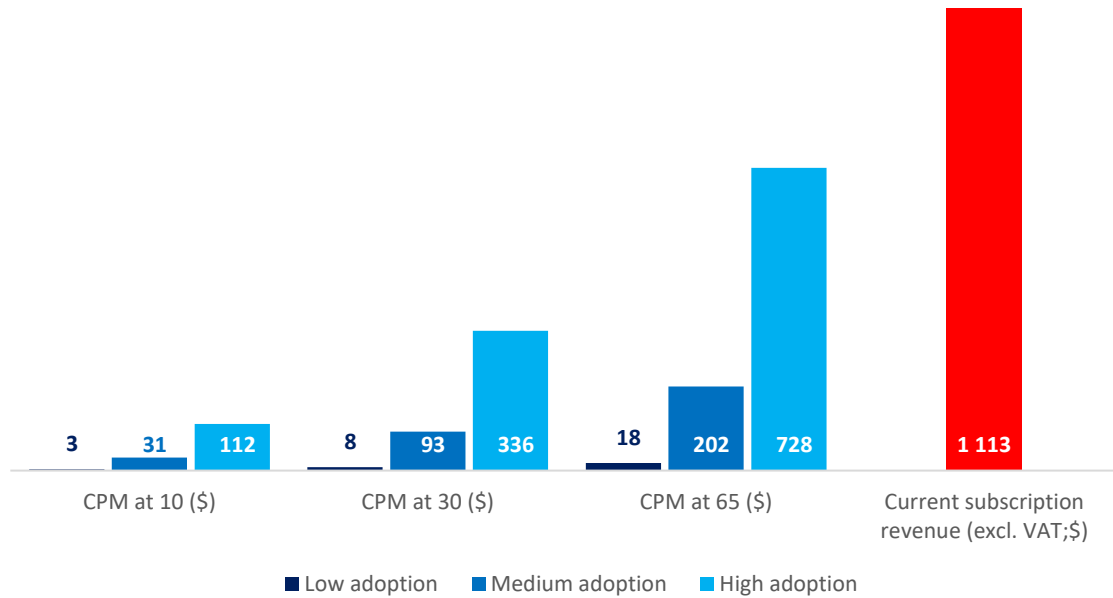
Source : NPA Conseil

**Revenues could exceed €330 million if we assume a rate of \$30 - closer to the order of magnitude observed in the market - and a conversion level of 60%** (which remains lower than what Walt Disney anticipates for Disney+). **Netflix would then be in 4th position among French TV advertising agencies, after TF1 Pub, M6 Publicité and France Télévisions Publicité, but before Canal+ Brand Solutions and NRJ Global.**

**By way of comparison, NPA Conseil estimates that Netflix currently generates €1.1 million in revenues (excluding VAT) from subscriptions alone.**



source: company financial data and NPA Conseil estimate



Source : NPA Conseil

*“The level of conversion will be a key variable, but we’ll have to wait to see the price at which Netflix will market this new formula to refine our forecasts, notes Philippe Bailly, President, NPA Conseil. But with the arrival of advertising on Disney+ and the rise of FAST channels or AVoD platforms, competition will become fierce in the premium video advertising market, both in France and internationally. We can expect a serious redistribution of market share.”.*

The whole study in the INSIGHT NPA of September 8

More information:

Philippe Bailly – (+33) 01 41 31 99 20 – [pbailly@npaconseil.com](mailto:pbailly@npaconseil.com)