

RÉPONSE A LA CONSULTATION SUR LES CONTENUS

- *Selon vous, comment pourrait s'articuler, à l'horizon 2020, le développement de la création artistique avec les évolutions de la technologie et des modes de consommation de contenus ?*
- *Comment la production de contenus numériques pourrait-elle mieux tirer profit des nouveaux vecteurs de diffusion ?*
- *Comment favoriser l'émergence d'un écosystème compétitif qui renforcerait à la fois l'exposition et la circulation des œuvres et la diversité des contenus ? Une intervention de la puissance publique vous paraît-elle une réponse opportune aux rapprochements et évolutions observés ? Quelles actions du Gouvernement vous paraissent les mieux adaptées pour répondre à ces enjeux ?*
- *Quelles évolutions pourrait-on constater, à l'horizon 2020, dans la manière de consommer les contenus audiovisuels, cinématographiques et musicaux ? De quelle manière les pouvoirs publics peuvent-ils poursuivre l'accompagnement et le soutien de la création et de la diffusion des œuvres culturelles et de l'information (livre, presse, audiovisuel, cinéma, musique) à l'ère numérique ?*
- *Comment envisagez-vous le développement (production et consommation) des contenus 3D au cours de la prochaine décennie ?*

Le projet de consultation comporte 5 questions .

Question 1 à Question 4 :

Le défi à relever dès 2012 est de prévoir un cadre du développement de la création artistique capable d'anticiper les évolutions technologiques des 8 prochaines années tout en projetant quels seront les modes de consommation des contenus.

Les deux grandes composantes à prendre en considération sont désormais connues : c'est la dématérialisation des contenus et leur capacité à être consommés en mobilité, à tout moment. A partir de ce constat, toute la filière de la création doit se tourner vers le « multidevicing » et la dématérialisation. Il faut désormais prendre en compte le déploiement de l'art numérique comme une composante à part entière de l'expression artistique : des objets communicants aux œuvres dématérialisées, de la VOD au livre numérique.

Il faut donc se consacrer à la construction d'un espace créatif numérique qui facilite l'émergence de nouveaux concepts qui seront ensuite distribués sur ces nouveaux canaux et consommés différemment des médias traditionnels.

A ce stade, il y a un double choix : celui de conforter les acteurs historiques du marché, en organisant la réglementation et la régulation de telle sorte qu'ils puissent gérer leur mutation dans les meilleures conditions, ou bien prendre le pari de la rupture en favorisant le déploiement de nouveaux acteurs. La tentation du conformisme est grande, d'abord parce que les acteurs historiques font tout pour préserver leur terrain de jeu, ensuite parce que nombre d'entre nous pensent que les leaders actuels du marché culturel sont les mieux placés pour dompter la révolution numérique.

La réalité est toute autre. Il faut au contraire profiter de la fabuleuse opportunité de renouveau qu'offre le numérique pour placer sur orbite de nouveaux acteurs afin qu'ils puissent demain participer au défi numérique européen, pas seulement national.

Plus spécifiquement en ce qui concerne la VOD et la SVOD :

Le défi du projet France Numérique 2020, du moins pour ce qui concerne les contenus audiovisuels, réside dans sa capacité à faciliter l'émergence de nouveaux acteurs nationaux capables d'atteindre une taille critique rapidement et de répondre non seulement à la demande nationale mais surtout être en mesure d'exporter son savoir faire au niveau européen. L'enjeu de France Numérique 2020 ne doit pas se limiter à la France, il doit viser le bassin numérique européen afin de permettre la construction de nouveaux acteurs majeurs dans le numérique.

Or, la plupart des initiatives actuelles sont des actions défensives de la part des acteurs historiques.

Force est de constater que le marché de la consommation de contenus numériques n'a pour le moment donné lieu au développement d'aucun nouvel acteur sérieux sur le marché.

L'essentiel du CA de la VOD et de la SVOD est capté par les acteurs historiques des médias (chaînes TV) ou par ceux qui détiennent la clé de la distribution, les abonnés (opérateurs FAI, cablo et satellite). Les seuls vrais acteurs émergents sont des plateformes étrangères opérant à partir de territoires aux dispositions fiscales plus avantageuses.

C'est tout le paradoxe du développement du marché des contenus numériques. Non seulement il renforce les acteurs en place, mais il exclut l'arrivée de nouveaux acteurs par le simple jeu de la maîtrise des droits VOD et SVOD et du contrôle des abonnés par les FAI.

Alors que la plupart des pays ont vu l'apparition de nouveaux acteurs dans le paysage audiovisuel numérique, la France se contente d'entretenir l'espoir pour des plateformes mineures, souvent très subventionnées et sans réelle capacité à rivaliser avec des acteurs puissants.

Parmi les actions à mettre en œuvre, un certain nombre est déjà contenu dans le Rapport Hubac de décembre 2010, pour lequel nous n'avons trouvé trace d'aucune suite à date. Et parmi les actions concrètes à mettre en place rapidement, on peut mentionner :

- Inciter les détenteurs de droits à rendre leurs œuvres accessibles en numérique, en particulier pour les œuvres patrimoniales des éditeurs indépendants. Il existe de très nombreux catalogues qui ne sont pas numérisés. Il faut donc mettre en place un système vertueux incitatif qui permette aux plus petits d'entre eux de numériser à très bas prix et de pouvoir exploiter largement leurs programmes en VOD et SVOD.
- Garantir aux plateformes nouvelles un revenu minimum afin de compenser les positions dominantes des 12 extrémités de la chaîne de valeur, à savoir les détenteurs de droits (60 à 70% de royalties) et les distributeurs (30 à 50% de commission de distribution).
- Veiller à ce que les acteurs dominants du marché des droits ne puissent pas systématiquement bénéficier d'exclusivités sur les contenus, soit par le jeu des achats pour la diffusion TV, soit par le biais de leurs engagements sur la vidéo traditionnelle. C'est déjà le cas dans de nombreuses situations, aussi bien pour les séries américaines, les fictions françaises et pour certains films de cinéma.
- Accélérer la mise en place d'un fond de soutien automatique pour les plateformes de VOD et de SVOD. Les contributions et taxes sont déjà multiples et les aides directes sont finalement rarissimes. Les coûts d'accès aux répertoires sont tels qu'il est particulièrement complexe de pouvoir construire un modèle d'affaires solide sans intégrer des aides. Sachant que le CA généré par ces nouveaux acteurs viendra alimenter le fonds de soutien, il est impératif d'instaurer un cycle vertueux dans cette économie numérique.
- Imposer le must carry aux distributeurs d'offres IPTV et OTT, câble et satellite. L'accès aux consommateurs doit être libre pour tous les éditeurs d'offres dématérialisées afin de maintenir un équilibre concurrentiel sain sur le marché. A date, 80% du marché VOD est concentré entre 3 acteurs, eux-mêmes opérateurs de réseau, chaînes de TV.
- Assouplir la chronologie des médias en facilitant des expérimentations à l'horizon 2020. Ceci aura pour vertu de dynamiser le marché, d'apporter une réponse constructive à la piraterie et d'anticiper la baisse des ventes des marchés physiques :
 - Premium VOD : tester un modèle de VOD simultanée à la salle à un prix adapté.
 - VOD : limiter au maximum de délai entre la salle et le démarrage de la VOD. 3 mois dans un premier temps, avec objectif de passer à 2 mois.
 - SVOD : abaisser les délais de 36 à 22 mois
- A l'horizon 2020, les contenus audiovisuels seront accessibles dans le cloud, sur des lignes fibrées. Il est donc indispensable de prévoir le corpus d'encadrement législatif qui protégera la concurrence sur le marché intérieur sans avoir à subir une concurrence extraterritoriale

- Uniformiser le suivi des autorités de régulation des contenus à la demande : CSA, CNC, ARCEP, HAdopi. Il serait opportun de créer une instance unique de concertation sur les contenus numériques afin de pouvoir synergiser les discussions et faciliter les décisions structurantes du secteur.
- Faciliter les modalités d'aide aux startup innovantes dans le domaine des contenus numériques afin que l'accompagnement de l'Etat soit une opportunité concrète de pouvoir construire des offres compétitives. A date aucun projet n'a été retenu dans le cadre du plan de 400 M€, alors que Amazon/Kindle et Netflix sont quasiment prêts à se lancer en France.
- Plutôt que de se focaliser sur les sujets de fiscalité, il est urgent de pouvoir clarifier le sujet des sociétés de gestion collective, afin de proposer un cadre unique et partagé par tous les acteurs du marché.

Question 5 :

A peine la HD installée dans les foyers grâce à la TNT, que les industriels du secteur se sont précipités sur la 3D afin de pouvoir commercialiser de nouveaux terminaux, toujours plus onéreux.

L'année 2011 a montré que la 3D restait un exercice de style marginal au niveau de la production mondiale et forcément limité à un éventail restreint d'événements et de programmes.

Le cinéma, le sport et les documentaires sont et seront sans aucun doute le genre majeur de ce nouveau format. Pour le cinéma et le sport, les moyens de financer de telles productions existent déjà.

C'est donc sur le documentaire qu'il faut mettre l'accent, inciter la filière à produire en 3D, l'y aider en facilitant son accès à la technologie.

Tant que la diffusion imposera de porter des lunettes, il y a de fortes chances que le marché ne décolle pas. Il faut donc miser sur une simplification pour les usagers si l'on veut voir la consommation de 3D augmenter significativement .