



Communiqué de presse  
Le 17 novembre 2009

## La fragmentation des offres

---

### La face cachée de la fragmentation des audiences

Le communiqué de presse est téléchargeable sur  
[http://www.npaconseil.com/bo\\_001/newsletter/brut/091116\\_cpfragmentations\\_cahier3.pdf](http://www.npaconseil.com/bo_001/newsletter/brut/091116_cpfragmentations_cahier3.pdf)

L'augmentation du nombre de chaînes, en particulier d'accès gratuit, entraîne une diminution des audiences des chaînes historiques. Pour répondre à cette transformation spectaculaire des paysages audiovisuels européens, les chaînes leader se muent en groupes audiovisuels. A la fragmentation des audiences, ils répondent par la consolidation de l'offre ; les groupes audiovisuels se développent sur les réseaux numériques afin de consolider leur audience globale et leurs revenus au travers de nouvelles chaînes, de services à la demande (VOD, catch up) et de contenus dédiés à Internet.

NPA analyse dans sa nouvelle étude les conséquences de l'installation des technologies numériques dans le secteur audiovisuel qu'il s'agisse des stratégies « Global Média » des acteurs historiques européens ou de l'émergence du secteur de la production multiplateforme, véritable enfant de la convergence dans le domaine des médias.

En France, l'arrivée de la **TNT gratuite** a bouleversé les parts d'audience (la part d'audience de la TNT est passée de 9% à 13.5% en moyenne au cours de la saison 2008/2009 –septembre 2008 à juin 2009-). Les stratégies de bouquet se généralisent et les groupes se déploient tant sur l'offre délinéarisée que sur les services Internet.

Au Royaume-Uni, **la BBC**, qui domine le marché des historiques (30% de pda globale), dispose en outre de chaînes thématiques visant des publics de niche. Son offre de services en ligne peut être analysée comme un modèle de réussite.

Le marché italien est également porté par le service public. La Rai se positionne à la fois sur la TNT gratuite, le satellite et Internet. Le groupe possède également une offre délinéarisée développée. Il convient de souligner que **la TNT payante est particulièrement dynamique sur le marché italien avec une offre premium à forte valeur ajoutée** (football et cinéma).

L'audience des chaînes historiques espagnoles est largement entamée par l'arrivée des nouveaux acteurs et passe de 76% en 2000 à 56% en 2008. Tous les groupes proposent des déclinaisons thématiques sur les réseaux numériques, notamment la TNT. Les offres

délinéarisée et de services de vidéo à la demande restent cependant encore relativement peu développées.

Enfin, en Allemagne, où 92% de la population dispose d'un accès à une offre élargie gratuite par satellite ou câble, les **acteurs historiques se montrent extrêmement actifs** dans le développement de services à la demande.

La vidéo à la demande à la conquête de l'Europe, portée par l'investissement massif des acteurs historiques :

Au niveau européen, les catalogues de VOD sont encore majoritairement constitués de **films** et plus particulièrement de **productions américaines** quel que soit le type d'acteurs (éditeur de chaîne, opérateur, agrégateur), la location par **paiement à l'acte** s'est généralisée et la **catch-up TV est présente dans l'ensemble des pays**.

L'offre multiplateforme, enfant de la convergence :

Le Net est un espace de création qui permet de proposer des contenus innovants et intégrant des fonctionnalités propres au media. **L'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur se positionne** : producteurs, diffuseurs et annonceurs sont dorénavant présents en tant qu'offreurs de contenus multi plateformes.

**À propos de NPA Conseil :** [www.npaconseil.com](http://www.npaconseil.com)

Spécialisé dans le secteur des médias et des services numériques, le cabinet NPA Conseil est aujourd'hui la référence en matière d'analyse et d'accompagnement stratégique pour les médias et les services numériques. Le cabinet développe son expertise, tant sur les aspects offre, organisation et usages, que sur les modèles économiques et leurs impacts sur les différents acteurs de la chaîne de valeur.

NPA produit des études de référence, organise des colloques et propose des formations sur mesure.