

EXECUTIVE SUMMARY

Étude analytique et projective sur les tendances de l'industrie de la vidéo digitale, et sur la place des fournisseurs d'accès internet dans cet écosystème.

La digitalisation des contenus a permis une véritable diversification en termes d'offre, notamment en ce qui concerne la vidéo digitale : que ce soit les films, les séries, ou encore les oeuvres d'animation, le contenu vidéo connaît aujourd'hui une popularisation sans précédent. A ce titre, des acteurs de ce secteur comme Netflix, Time Warner ou encore Disney déboursent désormais chacun près de 8 milliards de dollars par an, pour la seule production de contenus. Tous ont pour objectif d'attirer et de fidéliser de nouveaux clients à leur catalogue, de telle sorte qu'aujourd'hui, on ne peut qu'affirmer qu'il y en a pour tous les goûts. La facilité de partager ses créations, la réduction des coûts de production : par la digitalisation s'est opérée une véritable diversification des contenus.

Mais qu'en est il des acteurs ? Les majors de l'industrie ont-elles conservé leur puissance ou bien est-ce que le changement de mode de consommation et l'avènement des abonnements a tout chamboulé ? Alors que les traditionnels producteurs tentent de s'accaparer la distribution, que les distributeurs remontent la chaîne de valeur et que des acteurs comme Apple investissent 1 milliard d'euros pour se lancer dans la production de contenu original, on se demande alors si l'on se dirige vers une concentration ou plutôt une diversification des acteurs.

Dans ce rapport, nous avons d'abord modélisé le marché de la vidéo en Europe et aux États-Unis, dans le but de mieux cerner ses enjeux et les potentielles tendances futures malgré l'évolution rapide et le dynamisme apparent du secteur. Au long de notre réflexion, nous adressons les points suivants :

- Transformation des normes de consommation en matière de vidéo suite à l'arrivée du numérique. Celle-ci a poussé les acteurs de l'industrie à changer leur offre de contenu et d'abonnements pour s'adapter aux attentes nouvelles des consommateurs,
- Reconfiguration du marché autour de trois grands types d'acteurs : acteurs "traditionnels", "disrupteurs" et FAI que nous présentons successivement en nous appuyant sur des études de cas.
- Modélisation des capacités de pénétration des disrupteurs sur différents marchés
- Présentations des tendances contribuant à redessiner encore cette carte de l'écosystème : concentration (horizontale ou verticale), diversification concomitante, structuration du marché autour de zones culturelles plus ou moins uniformes.

Suite à cette présentation du marché de l'audiovisuel digital, nous avons établi 3 scénarios projectifs visant à décrire les évolutions possibles de l'industrie :

- Une concentration inéluctable des acteurs autour des géants du secteur. La course aux clients et au catalogue le plus diversifié est ici synonyme de survie
- Un morcellement de l'industrie en une constellation d'acteurs locaux ou de niche.
- Un scénario intermédiaire de concentration par aires géographiques et culturelles déterminées

Enfin, nous avons cherché à tirer les conséquences de ces reconfigurations potentiels du secteur de la vidéo en nous plaçant particulièrement du point de vue des fournisseurs d'accès à internet :

- Quelles sont les attentes des générations Y et Z vis à vis de leur opérateur télécom en matière de contenus vidéo ?
- Tenant compte de tous ces éléments, quelle stratégie idéale Orange peut-il adopter à moyen-terme ?