

## Quel sera l'avenir média en 2020? (par Ghislaine Chartron)

### ETUDE UDECAM

#### Quel sera le paysage media en 2020 ?

Union des entreprises de conseil et achat Media

<http://www.docnews.fr/fr/archives/etudes/etude-prospective-udecam-quel-sera-paysage-media-2020,6316.html>

Enquête réalisée pour l'UDECAM, pilotée par Alain BUISSON, Professeur affilié-Paris, prospectiviste. Publié dans le Figaro, 14/10/10

Méthode : 1) Réunion d'une dizaine d'expert des medias et de la publicité, identifications des tendances et ruptures. 2) Puis guide d'entretien à partir de ces résultats, enquête auprès d'un panel d'experts. Cette enquête a permis de vérifier ou non les premières hypothèses, enrichir la réflexion. 3) synthèse générales pour élaborer les scénarios.

#### TENDANCES LOURDES ET STRUCTURANTES :

##### Valeurs sociétales

- La prise de pouvoir par les consommateurs, organisation réticulaire de la société
- Des services de plus en plus mobiles, flexibles, personnalisés, sans coutures
- Un recul de la vie privée

##### La technologie

- Un renversement de la logique des médias (centralisé-hiérarchique/décentralisé-réticulaire)
- Internet envahit tout ; le tout IP, Telephonie, TV via Internet. Internet des objets.
- Transparence de la technique (Cloud computing)

##### Le secteur des médias

- La destruction de la valeur (« destruction créatrice » de Shumpeter)
- La modification de la nature des messages (statique (vs) dynamique), auteur ?
- Gratuité de l'information de base
- Fragmentation de l'audience de la télévision (enrichissement de l'offre de chaînes)
- Dé-linéarisation croissante des consommations audiovisuelles
- Publicités de plus en plus personnalisées.

#### INCERTITUDES ET INCONNUES

Les facteurs d'incertitudes sont déclinés selon les 2 scénarios envisagés dans l'étude

##### L'environnement

- Quelle croissance économique et quels équilibres internationaux ? (Sortie de crise ?, Leadership américain ?)

- Quel avenir pour les medias audiovisuels américains ?
- Quel paysage réglementaire ? (assouplissement de la réglementation ?)

### La technologie

- Quels investissements dans les réseaux à très haut débit ?

### Les usages

- Effet d'âge ou effet de génération ? (retour ou non à des modes de consommation plus standard avec l'âge ?)
- Quelle vitesse de pénétration des télévisions connectées et des tablettes ?

### Le mode des medias

- Qui contrôlera la relation client ? (Pure web ou éditeurs traditionnels)
- Quel futur pour le storytelling ? (interactivité)
- Quel futur pour le droit d'auteur ?
- Quels modèles économiques ?

## **2 SCENARIOS :**

### **Scénario 1 : « Les invasions barbares » ou « Webcentric »**

- Crise économique (USA, Europe)
- Hollywood perd la main au profit des acteurs de l'Internet
- Investissements importants dans le très haut débit, équipement rapide en TV connectée, smartphones, tablettes
- Les digital natives imposent leur mode de consommation (ATWAD)
- Les consommations s'organisent autour des réseaux sociaux, la conversation se monnaie plus que le contenu.
- Transformation profonde des modes narratifs qui deviennent collaboratifs et ludiques. Le droit d'auteur périclité.
- La relation client est maîtrisée par les acteurs de l'Internet, tous américains. Profilage des internautes, publicité comportementale.
- Durcissement des contraintes réglementaires (sans effet)
- La presse survit sur le web par des subventions et des mécènes.
- Les chaînes de TV traditionnelles se transforment en plate-forme VOD.

### **Scénario 2 : « 'Empire contre-attaque » ou « content-centric »**

- Reprise économique (USA, Europe).
- Hollywood garde la main, les grands Networks retrouvent des recettes publicitaires.
- Investissements mesurés dans le très haut débit, équipement en TV connectée, smartphones, tablettes, évolution mais non révolution.
- Les digital natives retrouvent un mode de consommation plus passif. Les consommations s'organisent très largement autour des programmes diffusés.
- Importance de la « Social TV » mais le contenu reste la source principale de la valeur.
- Transformation progressive des modes narratifs sans remise en cause du storytelling traditionnel. Le droit d'auteur reste le pilier du système.

- La relation client est maîtrisée par les éditeurs traditionnels.
- Facteurs de succès : maîtrise des droits, maîtrise des interconnexions avec les réseaux sociaux.
- Assouplissement des contraintes réglementaires.
- La presse : la reconquête.
- Les chaînes de TV traditionnelles se réinventent.

GC, le 1/04/11