# Compte-rendu du Comité de groupe du 4 juillet 2018

Présent·e·s pour la direction : **Delphine Ernotte, Takis Candilis, Christian Vion, Julien Verley, Arnaud Lesaunier, Stéphane Chevallier, Céline Le Moigne-Schreiber**

Présent·e·s pour la CGT : **Marc Chauvelot** (secrétaire, Siège), **Pierre Mouchel** (Bordeaux), **Julien Debry**, (MFP), **Michela Law** (Siège), **Chantal Fremy** (Toulouse).

Représentante syndicale : **Véronique Marchand** (Lille).

## Ordre du jour

Information du Comité sur le projet de plateforme SVOD commune à FTV, TF1 et M6 et sur l'offre Salto


SALTO, une tentative française contre Netflix ..... 1
Une société autonome ..... 2
Modèle économique ..... 2
D'autres partenaires en discussion ..... 2
Une nécessaire évolution de la détention des droits ..... 3


La Présidente indique en ouverture qu'elle n'a à ce jour pas d'arbitrage sur le budget 2019 mais que la direction est très sollicitée par les différentes parties prenantes du dossier en particulier sur l'avenir de France Ô.

## SALTO, une tentative française contre Netflix

Julien Verley, patron des activités commerciales du groupe présente le projet SALTO.

Il indique que le sujet est sur la table depuis près de dix ans et que les évolutions récentes du marché de la distribution de la TV ont fait bouger les lignes de la distribution TV avec la montée en puissance de l'IPTV sur les box qui est devenue plus importante que la TNT. Il y a eu par ailleurs une forte accélération du marché de la SVOD en France. 25% des internautes sont utilisateurs de SVOD (ils étaient 13% l'année dernière). Netflix a pris 79% du marché, Amazon 11%, très loin devant Canal Play (6%) dont le service va bientôt cesser.

L'offre OTT (offres vidéo sur internet, à la différence de la diffusion sur en iptv) est donc dominée par les Américains et les oeuvres françaises y sont assez peu nombreuses (8% sur Netflix) alors que les consommateurs sont en demande.

Ces constats ont permis de débloquer les discussions sur la nécessité de trouver une parade face à ces nouveaux acteurs. Ainsi SALTO est positionnée sur une offre OTT accessible ne ligne et sur les box.

La seule réponse possible à la concurrence était d'agréger les contenus afin de constituer une plateforme capable de rivaliser. SALTO sera éditorialisée par genre et non par chaine. Ce concept est utilisé dans d'autres pays mais FTV, ainsi que TF1 et M6, maintiendra en parallèle sa plateforme gratuite.

# Une société autonome

Le service SALTO sera géré au travers d'une société de distribution commune aux trois partenaires. Il y aura 2 offres payantes principales. L'offre PREMIUM qui est très similaire aux offres actuelles de TF1 et M6. Elle offrira l'agrégation de contenu, le flux linéaire et d'autres fonctionnalités comme le replay à 30 jours. L'offre intégrale offrira d'autres services comme le stacking (mise à disposition de saison entière de séries inédites le jour de leur diffusion TV)

Salto rémunèrera les 3 actionnaires en tant que distributeurs de leurs chaînes, ce qui baissera le coût de l'opération. La publicité sur les programmes sera gérée par les régies publicitaires de chaque société. Les abonnements seront perçus par la société qui gère SALTO. Les premiers bénéfices sont attendus à 4 ans.

Au niveau de la direction, SALTO sera une entreprise. Pour certaines décisions un accord unanime sera nécessaire (stratégie, financement, plan d'affaires, nomination du patron). Il ne sera pas possible pour les fondateurs de vendre leurs actions avant 5 ans ce qui sécurise l'investissement de 15M€ chacun. Ce modèle est inspiré de celui de Hulu aux Etats Unis.

L'entreprise comptera environ 35 salariés, essentiellement sur le marketing digital et l'éditorial. Certains pourront venir des 3 sociétés mères mais c'est encore en réflexion. La filiale de FTD, dénommée *francetv SVOD,* dédiée au projet initial de FTV en SVOD, sera l'actionnaire de la société commune pour FTV.

Les conseils d'administration de TF1, M6 et FTV ont validé le projet. L'Etat a validé SALTO pour FTV, « *sinon on serait pas là* » note sobrement la patronne.

# Modèle économique

D'où vient l'argent qu'investira FTV dans une période de restriction ? La présidence explique qu'il s'agit d'une activité commerciale qui ne peut pas bénéficier de ressources publiques (la redevance). Pour investir, FTV va céder des participations dans d'autres structures (comme par exemple Mezzo). L'abonnement sera payant, il y aura plusieurs offres dont les montants sont encore en réflexion. Le prix des offres est encore en réflexion.

Le budget de FTV ne sera pas amputé, « on fait tourner nos actifs ». L'apport se fera par la filiale *francetv SVOD*.

La Présidente explique que FTV n'a pas d'autre choix car jusque-là la création était financée par la ressource publique (en baisse) et la pub (le marché traditionnel est en baisse au profit d'internet). Les plateformes payantes sont le seul réservoir de croissance dans le monde audiovisuel.

# D'autres partenaires en discussion

La CGT a demandé si l'ouverture à d'autres partenaires était envisagée. Réponse de Mme Ernotte : « *un accord à 3 c'est déjà compliqué. Nous avons des points communs (éditeurs-diffuseurs). On va commencer comme ça. Le capital ne sera pas ouvert tout de suite. Mais SALTO c'est de la distribution, donc là on peut ouvrir. » « Et on espère qu'ils viendront. On avait déjà engagé des négociations avec l'Ina et Arte sur le projet SVOD FTV.* »

Des discussions sont d'ailleurs en cours avec nos alter ego suisses, belges et québécois pour construire une offre francophone, avec une visée sur l'Afrique et l'Asie.

La gestion de la « data » se fera par SALTO qui en restera propriétaire. Il pourra la commercialiser aux éditeurs intéressés (TF1, M6 et FTV). Les 3 actionnaires y auront accès moyennant paiement.

# Une nécessaire évolution de la détention des droits

Les élus CGT ont posé la question de l'évolution des seuils de détention des droits sur les œuvres, une évolution souhaitée par la Présidence qui reste toutefois prudente. Et si on ne dispose pas des droits, l'éditeur sera rémunéré sur la mise à disposition de programmes (partage des recettes).

Par ailleurs, la Présidente explique que le passage de France 4 sur le numérique va nous obliger à y réfléchir. « *Il faut se renforcer les uns les autres pour aller plus loin.* » « *On est à l'aube d'une alliance nouvelle sur les contenus et la distribution. Qui maîtrise la distribution maîtrise la relation client.* » Pour France 4 l'idée serait d'offrir aux jeunes publics une offre entièrement sécurisée.

Le cadre juridique très strict interdit pour l'instant de mettre en œuvre quoi que ce soit tant qu'on n'a pas la notification du régulateur mais l'objectif est de lancer SALTO au second semestre 2019.

Paris, le 05 juillet 2018

*Les élu-e-s CGT du Comité de groupe se tiennent à votre disposition*