

Pourquoi Salto n'est pas le nouveau Netflix

VIDÉO La plateforme de France Télévisions, TF1 et M6, du replay plutôt que de la VOD

- Le projet commun des chaînes françaises pour concurrencer le géant est loin du compte.
- Avant tout, Salto ne dispose pas des moyens financiers suffisants pour rivaliser (avec sérieux) sur le terrain de la SVOD.

Les ennemis de mes ennemis sont mes amis.» L'adage illustre particulièrement bien l'aventure dans laquelle se sont lancés France Télévisions, TF1 et M6. Le trio, mené par l'initiative de Delphine Ernotte, s'allie pour donner naissance à Salto, une plateforme commune de diffusion de leurs programmes censée contrer le géant américain. L'objet final devrait voir le jour d'ici six à huit mois. « Il y a eu un problème de communication dès le départ chez France Télévisions car ils ont laissé des journalistes flemmards titrer que Salto était le nouveau Netflix français. Mais ce n'est pas ça le modèle », estime Gilles Bruno de l'Observatoire des médias.

Si certains médias l'ont présenté de cette façon, plusieurs éléments démontrent que cette comparaison ne tient pas.

1 Le manque de moyens. Certes la démarche des trois concurrents historiques de la télé française est à saluer. Et le défi de boucler cette alliance en seulement six mois aussi. Mais des questions subsistent lorsque l'on observe les bases du projet. Les programmes auront beau venir de la télé gratuite, Salto sera payant. Deux offres d'abonnement (dont les tarifs doivent encore être tranchés) seront pro-

posées. La première, entre 2 ou 3 euros par mois, donnera accès aux programmes en live des chaînes, à l'offre de rattrapage et à des services enrichis. La seconde, entre 6 et 7 euros par mois, proposera, sans publicité, un catalogue de contenus plus fourni. Sur le papier, l'investissement est de 50 millions d'euros à trois.

Déjà, quand l'on retire les frais nécessaires à la technique

et au marketing de lancement, il ne reste pas grand-chose. Et puis, la plupart des programmes diffusés par ces chaînes ne leur appartiennent pas. Cela signifie que Salto devra acquérir les droits de diffusion SVOD des programmes les plus populaires. « La société qui va être créée autour de Salto va faire face à des financements insuffisants. Je le regrette vraiment mais ils ne mettent pas les moyens qui accompagnent un tel projet », constate Gilles Bruno.

D'ailleurs, Netflix et les autres plateformes américaines seront bientôt forcées d'acheter des programmes français lorsque la nouvelle directive européenne sur l'audiovisuel imposera aux services émettant en France de diffuser minimum 30 % d'œuvres européennes. Autant dire que Salto n'a pas le portefeuille pour se battre pour l'achat de droits de diffusion.

2 La nécessité d'une plateforme puissante. Quand Salto aura le feu vert pour développer sa plateforme, il s'agira d'un énorme défi. Si la possibilité de retrouver les programmes des trois chaînes sous une même adresse est intéressante, cette interface doit être ergonomique et puissante. Pour concurrencer Netflix et Cie, les contenus doivent surtout être disponibles en bonne qualité sur tous les écrans connectés.

Pour y parvenir, le trio a approché Molotov Tv, un service français de streaming vidéo qui

permet de regarder les chaînes en direct ou en replay sur presque tous les écrans. « France Télévisions est allée voir Molotov en disant : "Faisons Salto avec Molotov." L'idée était bonne puisque la plateforme a gagné des parts, l'interface s'est développée et a accumulé de l'expérience. L'application connaît un beau succès puisqu'elle compte désormais 4 millions d'utilisateurs. Malheureusement, Molotov a demandé beaucoup trop d'argent », explique Gilles Bruno. Selon l'Observatoire, Salto aurait réalisé une belle opération en prenant une part majoritaire de Molotov car, désormais, elle fait face à ce concurrent et doit proposer mieux.

3 Du replay plutôt que de la VOD. Autant être clair : aucune de ces trois chaînes n'a de l'expérience dans la SVOD. D'ailleurs, aucun service de télévision ne parvient à briller dans ce secteur où règnent Netflix et ses 120 millions d'abonnés. « Il est en effet difficile d'être au four et au moulin pour des chaînes dont l'objectif est d'avoir le plus de spectateurs possible », observe Marc Le Roy, spécialiste du droit de l'audiovisuel. Du coup, la comparaison des budgets pour la production originale entre Salto et Netflix (8 milliards en 2018) est « cruelle mais parlante », il devient impossible de rivaliser avec le géant sur ce terrain de jeu.

Ainsi, on imagine plutôt Salto comme un super replay des chaînes françaises. « La seule comparaison valable avec Salto dans le domaine de la VOD c'est Hulu, en termes de fonctionnalités », propose Gilles Bruno. Hulu, c'est un service américain qui propose de la télé en live avec de la publicité mais aussi ses propres séries comme la très remarquée *The Handmaid's tale*. Salto pourra déjà compter sur l'offre très riche de fictions de ses trois chaînes. Pour le reste,

elle ne touchera que les jeunes qui laissent tomber leur abonnement à la télévision traditionnelle.

4 Arrivée trop tard sur le marché. Comment convaincre les téléspectateurs de payer pour un service reprenant des programmes déjà diffusés en télévision et lorsque 3,5 millions de Français sont déjà abonnés chez Netflix? « Pour qu'un acteur français puisse concurrencer Netflix aujourd'hui, il aurait fallu se lancer sérieusement... il y a dix ans au moins », lance Marc Le Roy. Car depuis lors, la plateforme maîtresse n'a fait que s'étendre pour convaincre davantage d'amateurs de divertissements de coupler leur abonnement à la télévision linéaire avec celui d'un abonnement à la SVOD. D'autant plus que les productions originales de Netflix gagnent en qualité, en nombre et, c'est le but, offre l'avantage d'être disponibles nulle part ailleurs.

À côté de Netflix sur le terrain de la VOD, on retrouve Amazon mais aussi Disney et YouTube

qui se préparent, et puis Facebook et Apple « qui y songent ». « Face à cette donne globale, le regroupement local est indispensable », estime Nicolas de Tavernost, PDG de M6. Aujourd'hui, la tendance est au rapprochement pour contrer la suprématie des tout grands (AT&T et Time Warner, HBO et CNN avec Warner Bros, Comcast et Disney avec Fox, comme détaillé ci-dessus). Salto débarque donc dans un marché où règnent Netflix et d'autres acteurs qui ont l'expérience de la production et les moyens qui vont avec. France Télévisions, TF1 et M6 ont le mérite de ne pas regarder le train filer sans réagir mais les moyens ne suffisent pas pour offrir une offre à Netflix qui représente « l'avenir de la consommation audiovisuelle ». ■

LOLA LEMAIGRE

BATAILLE EN MILLIARDS**Disney mise gros pour acquérir la Fox**

Comme expliqué ci-contre, la tendance pour rivaliser avec le tout-puissant Netflix est au regroupement. Et les monstres de la télé et de la production aux Etats-Unis n'y vont pas de main morte. La bataille pour le contrôle de la Fox a rebondi ce mercredi, Walt Disney portant son offre à 71,3 milliards de dollars pour l'emporter face à Comcast, le premier cablo-opérateur américain. Les actifs convoités par Disney et Comcast sont le studio de cinéma 21st Century Fox, la chaîne de télévision National Geographic et ses déclinaisons, Star India, la participation de Fox dans le service de streaming Hulu, Sky plc et Tata Sky, entre autres. L'idée pour les acteurs des télécoms et des médias est de se marier pour soit combiner canaux de distribution et contenus, soit étoffer leur offre de programmes. Disney a reçu le soutien de Rupert Murdoch et de ses deux fils, qui sont les principaux actionnaires et dirigeants de 21st Century Fox. Comcast avait tenté de racheter ces actifs en 2017 mais Fox lui a préféré Disney, jugeant son offre moins risquée d'un point de vue des lois de la concurrence.

L.L.E.