

Mise en place d'une grille tarifaire nationale pour la veille web multimédia

GFII, 25 Janvier 2018

NEXTRADIO TV

NextRadioTV est un groupe pluri-média faisant parti du groupe Altice.

Son activité est centrée sur l'information autour de six thématiques :

- l'information générale : BFM TV, RMC
- le sport : RMC Sport
- l'économie : BFM Business
- la high-tech : 01net.com
- la découverte : RMC Découverte
- La diversité : Numéro 23



Déclinées sur quatre types de supports – la télévision, la radio, les supports digitaux fixes et mobiles.

Le groupe Altice publie également :

- Le quotidien Libération
- Les magazines : L'Express, L'express X, My Cuisine, 01net, Point de vue



MON STOP

LA VEILLE AUDIOVISUELLE



LA VEILLE AUDIOVISUELLE

Surveillance des médias pour analyser les articles et citations propres à :

- une entreprise ;
- une marque;
- une personne.

Le but est souvent :

- D'effectuer une veille concurrentielle ;
- D'analyser la notoriété ;
- De gérer des crises ;
- De mesurer les retombées « presse ».

Avant, une revue de presse papier était effectuée à la main (pige presse), désormais les personnes concernées retrouvent ces informations depuis des plateformes de veille média depuis le Cloud.

Par « **prestation de veille media** », on entend, un service effectué par le prestataire pour son client consistant dans la surveillance de différentes sources d'information impliquant des actes de reproduction et d'indexation, puis la sélection, la reproduction et la mise à disposition au client d'extraits audio et/ou vidéo, notamment sur un intranet, sous différentes formes et notamment sous la forme d'un panorama de presse.

NON STOP

LE CONTEXTE



LE CONTEXTE

- Des contenus audiovisuels disponibles et demandés
- Des contenus distribués avec droits d'auteurs non payés
- Du stockage et de la distribution de contenus sans autorisation préalable
- Peu d'écho chez les éditeurs pour travailler sur le sujet malgré les relances des acteurs de la veille média

⇒ Une concurrence non régulée

⇒ Des inquiétudes des acteurs de la veille média qu'il y'aura un jour un traitement équitable entre tous les acteurs du marché de la veille / agrégateur / acteur du panorama

⇒ Un répertoire des contenus peu clair (quels droits concédés, temporalités, droits tiers AFP, Reuters...)

⇒ Une nouvelle concurrence des crawlers qui travaillent pour certains en dehors des lois (pas de volonté de versements de droits d'auteur et pas d'autorisation de l'éditeur)

LE CONTEXTE

1

Marché hétérogène

Peu d'homogénéité dans les pratiques

2

Sujet nouveau

L'audiovisuel moins mature que la presse

3

Développement des usages

L'usage des contenus audiovisuel explose comme la demande des clients

4

Protection des droits d'auteurs audiovisuel

Acquise et au cœur des discussions

LES ACTEURS

Autour de la table :

radiofrance



**Next
Inter
active**


francetélévisions

TF1

FEVeM Fédération des Entreprises de Veille Média

KANTAR MEDIA

CISION
L'Argus de la Presse

Up2News
LES SERVICES D'INFO INTELLIGENCE

EXPLORE
Solutions de veille et bases de données


SYNTHÈSE & MÉDIAS

vercken & gaullier
cabinet
avocats

NON STOP

LES ENJEUX



LES ENJEUX

Outre les enjeux financiers :

- Mettre tout le monde autour de la table
 - Expliquer aux acteurs de la veille média que les éditeurs veulent un traitement simple, homogène et équitable
 - Définir un vocable commun
 - Différencier les moteurs de recherche, les acteurs de la veille média/agrégateurs et crawler web
 - Partager ensemble les chiffres de consommations globaux et les méthodes de comptage
 - Accepter que le CFC puisse faire des audits
 - Lancer un test dans une année de transition (1^{er} janv 2016 – 31 déc 2017)
- ⇒ Une réflexion apaisée pour trouver une solution commune et pérenne

MONS STOP

LA METHOLOGIE



LA METHODOLOGIE

1. Définition du répertoire éditeur
2. Choix d'un calendrier et d'une finalisation de ce calendrier au 30 oct 2016
3. Envoi par la FEVeM des données (Nombre d'Alertes, scripts, reprographie, stream vidéo, archives)
4. Réception et vérification des données par le CFC
5. Analyses des données par les éditeurs et réflexion sur la structure de paiement / grille tarifaire
6. Création d'une grille et simulations du modèle
7. Envoi de la proposition acceptée par les éditeurs
8. Validation par la FEVeM et signature des contrats
9. Déclinaison aux Agrégateurs, plan de communication et propositions (notamment à EDD)
10. Bilan fin 2017 et négociation 2018



LA GRILLE

TARIFS DROITS CFC - AUDIOVISUEL



▪ Grille tarifaire Prestataires / Agrégateurs

Extrait audio et/ou vidéo par client et par trimestre (tranches)	Abattement par tranche	Redevance unitaire par extrait audio et/ou vidéo produits pour des clients dont le contrat avec le cocontractant a été conclu après le 01/01/2017	Redevance unitaire par extrait audio et/ou vidéo produits pour des clients dont le contrat avec le cocontractant a été conclu avant le 01/01/2017	
1 à 1 000	0%	0,50 €	0%	0,50 €
1 001 à 2 000	40%	0,30 €	40%	0,30 €
2 001 à 4 000	60%	0,20 €	70%	0,15 €
4 001 et +	80%	0,10 €	84%	0,08 €

▪ Rediffusion Client = 0,50 € par extraits audio et/ou vidéo

NON STOP

LES RESULTATS



LES RESULTATS

- Acceptation tripartite de la solution :
 - Editeurs
 - FEVEM
 - CFC
- Acceptation d'une période de transition pour renouveler les contrats et expliquer aux clients l'augmentation des tarifs
- Accord d'une période de test sur 1 an qui a été renouvelé aux mêmes conditions pour la deuxième année
- Apport d'une meilleure transparence dans la chaîne de valeur
- Harmonisation saine des prix et gestion de la concurrence sur la valeur ajoutée des agrégateurs et non sur les contenus
- Nouveaux éditeurs nous ont rejoint : M6, RTL

=> **Prochain enjeu** : harmonisation de la chaîne de valeurs auprès des crawlers

MERCI DE VOTRE ECOUTE

Stanislas SAMUEL

Directeur du Business Development Digital

NEXTINTERACTIVE