

2023

L'ANNÉE DES MÉDIAS



MASTER DMC
Digital Médias Cinéma



Paris 1 Panthéon-Sorbonne

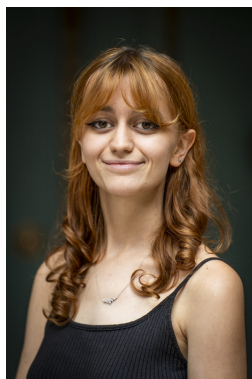
La Promotion 2024



 [HUSSEIN AKBARALY](#)



 [AÏDA AZIZ](#)



 [LAURA BERTHILLON](#)



 [CLÉMENCE BOUTROUILLE](#)



 [CARMEN CHENIVRESSE](#)



 [ELISA COMBES](#)



 [AMBRE COURTIN](#)



 [ARTHUR DELANOË](#)



 [LÉO DELOURME](#)



 [JULIETTE DOUHAIRE](#)



 [THOMAS JULIA](#)



 [TANGUY LAFFONT](#)



 [EVA LE CHENADEC](#)



 [MARGAUX MILLER](#)



 [CHLOÉ NOUEL](#)



 [ALEXANDRE PETIT-JAILLET](#)



 [NICOLAS-DIAZ SALMERON](#)



 [YANN SOUSA](#)



 [GARANCE TARGOWLA](#)



 [ÉMILE VANOT](#)

Au Programme

Digital

Régulation des GAFAM en Europe et aux Etats-Unis : DSA et DMA	8
Une nouvelle régulation pour les influenceurs	10
Que devient X sous Elon Musk ?	11
L'IA Générative, le grand bond en avant	13
Comment les studios historiques se platformisent ?	15
Le digital, une pollution invisible	16
L'année de la consolidation du marché du podcast français	17
Le jeu vidéo : quel bilan pour l'année 2023 ?	18
Twitch en 2023 : une année marquée par la compétition	20

Médias

Une année de télé	24
Milliardaires et médias en France	25
Focus sur Daniel Kretinsky et Rodolphe Saadé	26
Le marché des droits sportifs : un eldorado pour les diffuseurs ?	27
Faut-il s'inquiéter des bulletins météo « alarmistes » ?	28
Etat des lieux de la TV Réalité en 2023	29
Les médias et l'Intelligence Artificielle : quelles réactions en 2023 ?	30
Les Etats généraux de l'information : une initiative présidentielle nécessaire mais contestée	31
Lancement de TF1+, la nouvelle plateforme de streaming de TF1	32

Cinéma

Grève des scénaristes et des acteurs : le temps des constats	35
Le box-office national et international	36
Les derniers films primés aux cérémonies	38
Les derniers films primés en festival	39
Les films primés à Cannes ont-ils rencontré leur public en salle ?	40
Le cinéma et l'audiovisuel français à l'international	41
Le plus grand festival de courts-métrages au monde en difficulté	43
Décryptage du phénomène de l'année : « Barbenheimer »	44
Étude de la volatilité du Box-Office	45

Transversal

2023 : l'année du documentaire ?	48
Le point sur les violences sexistes et sexuelles	49
Les médias : miroir déformant de la société française ?	52
En mouvement	54
In memoriam	55
Les TOP et les FLOP de l'année	56

L'Éditorial

Comme le veut la tradition, la promotion 2024 du Master DMC a le plaisir de présenter le Replay de l'année 2023, qui revient sur l'actualité et les événements majeurs de l'année dans les secteurs du Digital, des Médias et du Cinéma. Cette année encore, les industries de l'image ont connu des phénomènes nouveaux et des mutations que nous avons pris le soin d'analyser.

L'année 2023 a été marquée par l'éclat de l'Intelligence Artificielle Générative dans tous les secteurs mais aussi de la mise en place de nouvelles réglementations à l'échelle européenne et française venant encadrer les pratiques des GAFAM ou des influenceurs. Il fut impossible de concevoir ce Replay sans s'intéresser à la grève des scénaristes et des acteurs, événement inédit dans la profession depuis plus d'une décennie, avec des conséquences majeures sur lesquelles nous revenons. Même si Hollywood a tremblé pendant plusieurs mois, les superproductions américaines se sont disputées les premières places du Box-Office, notamment avec le phénomène « Barbenheimer », tandis qu'en France, la Palme d'Or a conquis le public et raflé toutes les récompenses.

La conception du Replay a aussi été l'occasion pour les étudiantes et étudiants du Master DMC de faire un état des lieux dans différents domaines, et ainsi faire un point sur des sujets aussi variés que l'état de la télé réalité, la représentation des femmes à l'écran, et les différentes affaires de violences sexistes et sexuelles, au cœur d'une nouvelle vague de prise de parole.

Nous vous souhaitons une bonne lecture !

La promotion 2024



Digital

Digital

Régulation des GAFAM en Europe et dans le monde : le DSA et le DMA

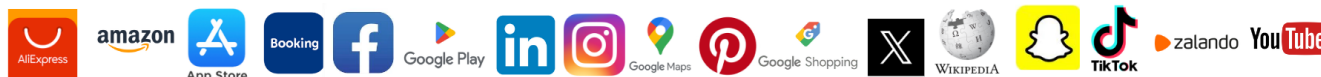
Le **Digital Services Act** (DSA) et le **Digital Markets Act** (DMA) sont deux nouveaux règlements de l'Union Européenne entrés en vigueur en 2023. Leur objectif est de **garantir un espace numérique plus sécurisé** pour les utilisateurs européens tout en promouvant le respect de leurs droits fondamentaux en ligne. Ces règlements visent également à établir un cadre équitable au sein des entreprises en encadrant de manière plus stricte les activités des grandes marques technologiques sur le marché européen et à l'échelle mondiale.



Quelles sont les entreprises visées par ces règlements ?

Visées par le **DSA** :

17 «très grandes plateformes en ligne» :



2 «très grands moteurs de recherche» :



Depuis le 23 août 2023

+

Toutes les autres plateformes ayant moins de 45 millions d'utilisateurs actifs entrent également dans le champ d'application **à compter du 17 février 2024**.

Visées par le **DMA** :

Les entreprises considérées comme des "contrôleurs d'accès" par la Commission Européenne.



Définies par leur influence significative sur le marché de l'Internet.



Les sanctions applicables en cas de non-respect des textes

DSA

Une amende pouvant atteindre jusqu'à 6% du revenu ou du chiffre d'affaires annuel mondial de l'entreprise.
Une interdiction de l'entreprise d'exercer sur son territoire.

DMA

Une enquête de marché.
Une amende allant jusqu'à 10% du chiffre d'affaires mondial de l'entreprise (et 20% en cas de récidive).
Une interdiction d'acquérir d'autres sociétés

Les bouleversements provoqués par ces règlements

DSA

→ Possibilité de signalement :

Mise en place **d'outils** permettant aux utilisateurs de signaler contenus et produits illicites.

→ **Publicité en ligne** : ne peut **cibler** les utilisateurs en fonction de leur religion, leurs préférences sexuelles, leur santé et leurs convictions politiques. Interdiction de l'utilisation des données personnelles de **mineurs** pour cibler la publicité.

→ **Transparence** : exigée pour le système de **publicité** en ligne, la politique de **modération** et les règles de **recommandation** des plateformes. Les **places de marché** en ligne doivent afficher un certain nombre d'informations relatives aux produits qu'elles vendent et détenir les informations nécessaires pour tracer les vendeurs illicites.

→ **Redevance** : pour les grandes plateformes, à hauteur de **0,05 % maximum** de leur revenu net annuel mondial, à la Commission Européenne.

DMA

→ Fin de la concurrence déloyale :

Les grandes plateformes ne peuvent plus privilégier **leurs propres services** et produits par rapport à ceux des entreprises qui utilisent leurs plateformes. Elles ne peuvent plus **exploiter les données des entreprises** utilisant leur plateforme pour les concurrencer.

→ Plus de compatibilité :

Les grandes plateformes ne peuvent plus **imposer des logiciels** tels que des navigateurs ou des moteurs de recherche par défaut à l'installation de leur système d'exploitation. Les principaux services de messagerie en ligne doivent **rendre leur service compatible** avec ceux de leurs concurrents plus modestes.

→ Encadrer la publicité ciblée :

Une plateforme ne peut utiliser les données personnelles d'un utilisateur dans le but de lui proposer de la publicité ciblée **sans son consentement**.

Quelques exemples de changements entamés par les plateformes



A ajouté des informations supplémentaires sur ses vendeurs

A développé de nouveaux outils pour signaler les produits illégaux.



A décidé de limiter l'utilisation de l'algorithme pour personnaliser les fils d'actualité et les résultats de recherche.



A débloqué la fonctionnalité permettant de désactiver la personnalisation des fils « Pour toi » et « Live » et a restreint la personnalisation de ses publicités.

Des mesures contestées



S'est déclaré « très préoccupé » par les nouvelles règles mises en vigueur par le DMA.



A annoncé son intention de se retirer du code de bonnes pratiques de l'UE contre la désinformation en ligne.



A saisi le Tribunal de l'Union Européenne pour contester son statut de « très grande plateforme ».



A saisi le Tribunal de l'Union Européenne pour contester son statut de « contrôleur d'accès ».

La loi comme outil de définition et d'encadrement

Influenceur.euse : personne physique ou morale qui, à titre onéreux, mobilise sa notoriété auprès de son audience pour communiquer au public par voie électronique des contenus visant à faire la promotion, directement ou indirectement, de biens, de services ou d'une cause quelconque (loi n° 2023-451 du 9 juin 2023).

Des interdictions et des obligations

Interdiction de promouvoir

- Les **actes de médecine** ou de **chirurgie esthétique** ou présentés comme substituables à des actes thérapeutiques
- Les produits contenant de la **nicotine**
- Les produits et services impliquant des **animaux** non-domestiques
- Les **contrats financiers**, les **cryptomonnaies** et les jetons (NFT)
- Les abonnements ou les conseils à des **pronostics sportifs**
- Les **jeux d'argent** et de hasard s'ils ne respectent pas des conditions propices à l'exclusion des mineurs
- Toute rétribution en échange d'une inscription à une formation éligible au CPF.

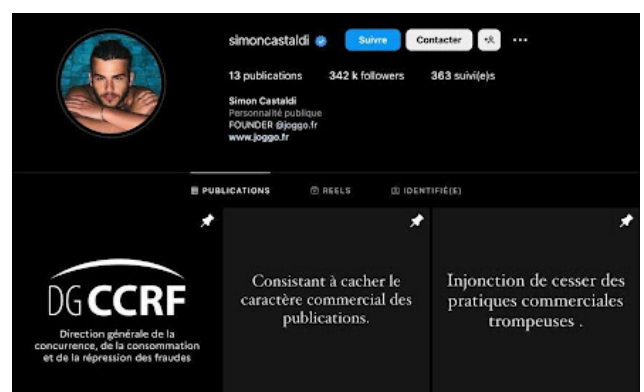
Obligation d'informer

- Les images et les vidéos faisant la promotion de biens, de services ou d'une cause quelconque doivent faire l'objet de la mention « **Publicité** » ou « **Collaboration commerciale** » de manière claire, lisible et identifiable
- Les images ayant fait l'objet d'une modification par traitement d'image doivent être accompagnées de la mention « **Images retouchées** »
- Les images de visages ou silhouettes générées par l'intelligence artificielle doivent faire l'objet de la mention « **Images virtuelles** »
- Des informations légales associées en cas de promotion de formations professionnelles.

Les sanctions encourues

Violation de l'obligation d'information du caractère retouché ou artificiel des images : **un an d'emprisonnement et 4500€ d'amende** ;
Violation des dispositions commerciales : **2 ans d'emprisonnement et 300 000€ d'amende**.

La DGCCRF peut aussi sanctionner les influenceurs récalcitrants par l'obligation de poster sur leurs réseaux sociaux des **publications épinglées** de ce type pendant une période entre 15 et 30 jours, ou en **story à republier toutes les 24h**.

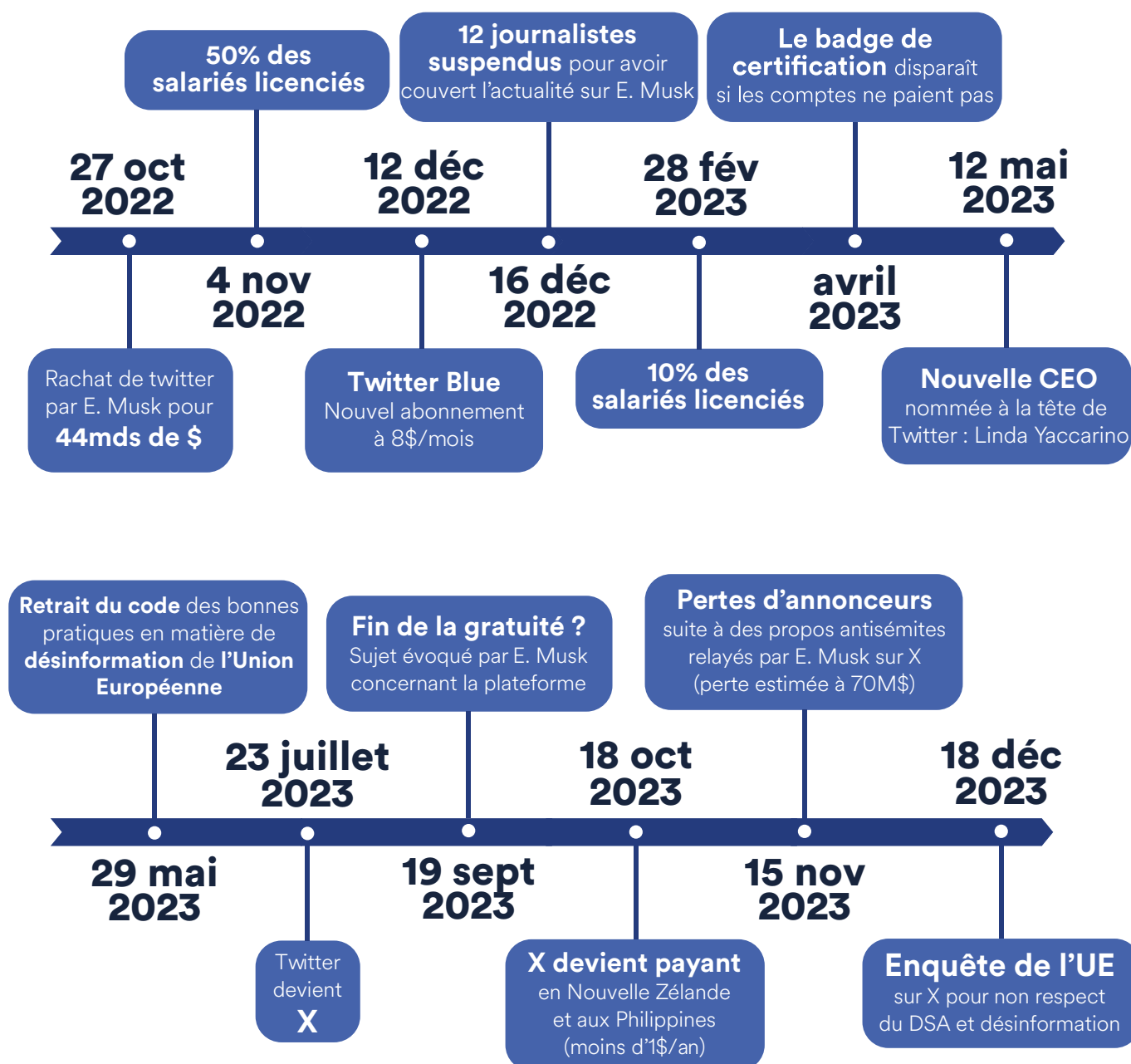


Atteinte à la liberté d'expression, licenciements, nouvelles fonctionnalités, nouveau modèle économique, nouveau nom... **Retour sur une année qui a métamorphosé Twitter en X.**



En **avril 2022**, Elon Musk propose de racheter 100% de Twitter pour un montant de 43 milliards de dollars après en être devenu l'actionnaire majoritaire, ce que la plateforme accepte. Quelques mois plus tard, le fondateur de Tesla renonce au rachat suite à des **désaccords**, et est **poursuivi en justice** par le réseau social. Il finit par acheter la plateforme pour **44 milliards de dollars** afin d'éviter le conflit juridique.

Chronologie des événements de 2022-2023



Le résumé d'une année mitigée pour Twitter (X)

80% des salariés licenciés



Des effectifs passant de 7500 à 1500 selon Elon Musk

Twitter devient X



Elon Musk affirme son ambition de créer une « super-application » à l'instar du modèle chinois WeChat.

- 11% d'utilisateurs actifs



Depuis le rachat de la plateforme par Elon Musk

Un nouveau modèle d'abonnement



Un modèle qui peine à séduire : 1M d'abonnés dans le monde 9 mois après son lancement, sur 530M d'utilisateurs mensuels.

Un retrait massif des annonceurs



Une volonté de changer de modèle économique: avant Musk, 90% des revenus de la plateforme venaient de la publicité.

Une alternative possible à X ?

Threads (Meta)



100M d'utilisateurs actifs mensuels

Bluesky



2M d'inscrits

Mastodon



1,8M d'utilisateurs mensuels

Evolution du chiffre d'affaires/de la valorisation boursière de X



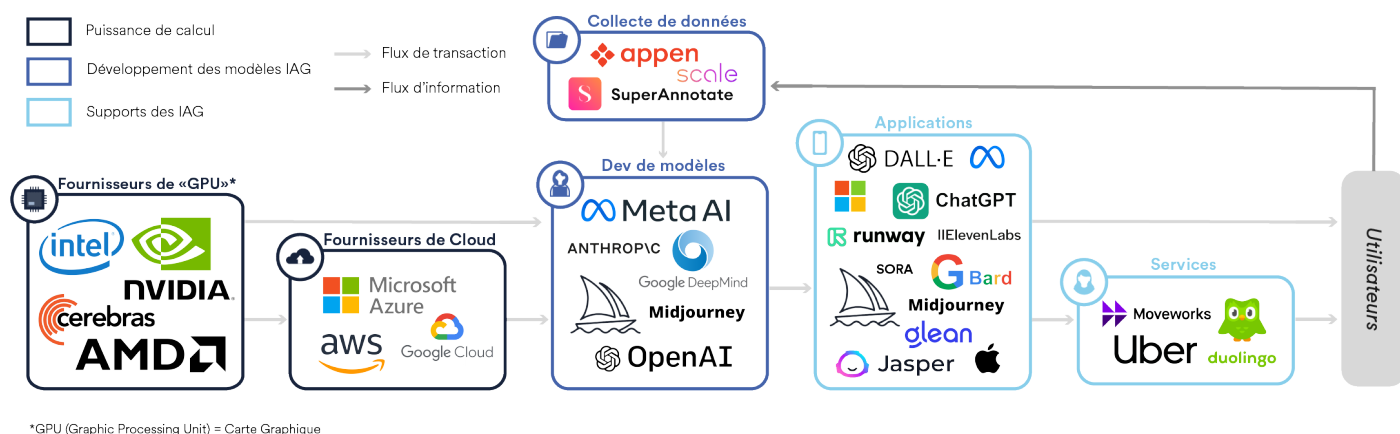
L'IA Générative, le grand bond en avant

digital

L'**intelligence artificielle générative** (IAG) est une forme d'IA qui vise à créer, sans intervention humaine autre que des instructions détaillées, des données sous forme de contenu. Voici quelques exemples d'IAG : ChatGPT (chatbot), dont la 4ème version est sortie en 2023, Midjourney ou Dall-E (image), Runway (vidéo)...

L'utilisation d'IAG permet un gain de temps, l'exécution de tâches simples mais laborieuses, la génération de contenu, la recherche d'information, la résolution de problème, la création...

Acteurs sur la chaîne de valeur de l'IA Générative



De nombreuses entreprises, notamment les géantes **GAFAM**, mais également leurs **concurrents chinois**, se placent au sein de cette chaîne et essaient de devenir des acteurs incontournables dans un marché en plein essor. C'est le cas par exemple des fournisseurs de GPU ("mini" ordinateurs très performants permettant le traitement rapide des Data), alors que **Nvidia** a affiché sa ténacité dans la bataille de l'IA cette année, en continuant par exemple à fournir ses puces à la Chine malgré l'embargo Américain.

De grandes opportunités pour l'économie mondiale...

23 milliards \$

injectés dans les start-up
spécialisées dans l'IAG en 2023
+250,2% par rapport à 2022

2,6 à 4,4 trillions \$

de gains à l'économie mondiale
chaque année
si l'IAG est appliquée dans plusieurs secteurs

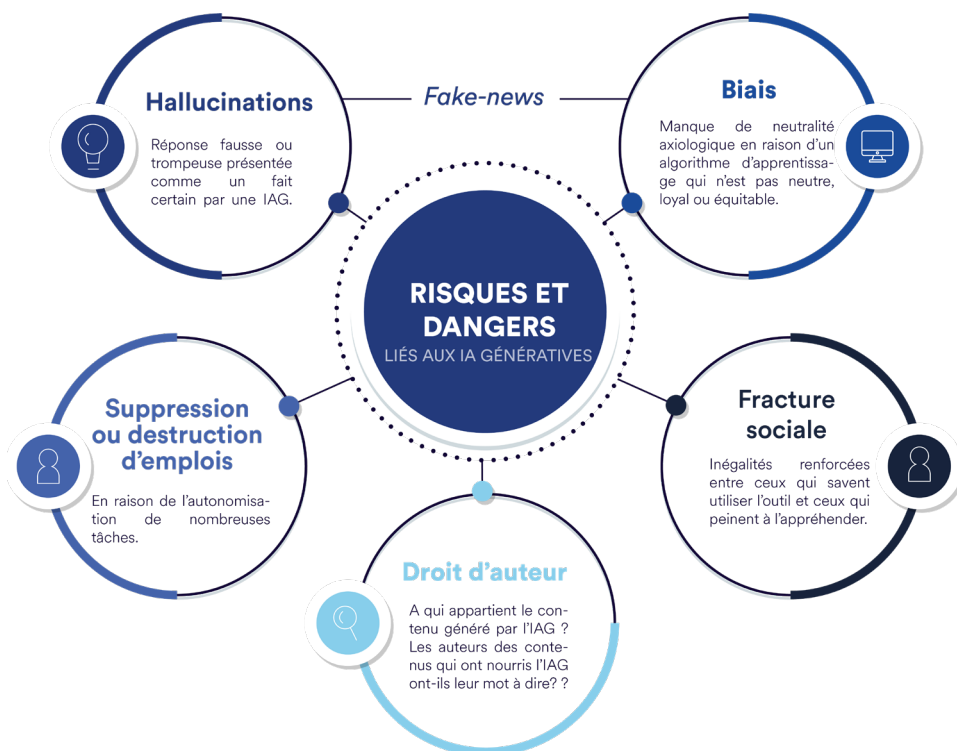
50%

des professions existantes
automatisées d'ici 2060
(banques, high-tech, sciences de la vie)

0,1 à 0,6 pt de 

[croissance] supplémentaire
chaque année
à la productivité du travail

...mais qui génère craintes et interrogations



«Nous comprenons que les gens sont anxieux quant à la manière dont cela peut changer notre façon de vivre. Nous le sommes aussi. Si cette technologie échoue, cela peut mal tourner.»

- **Sam Altman**, cofondateur de OpenAI

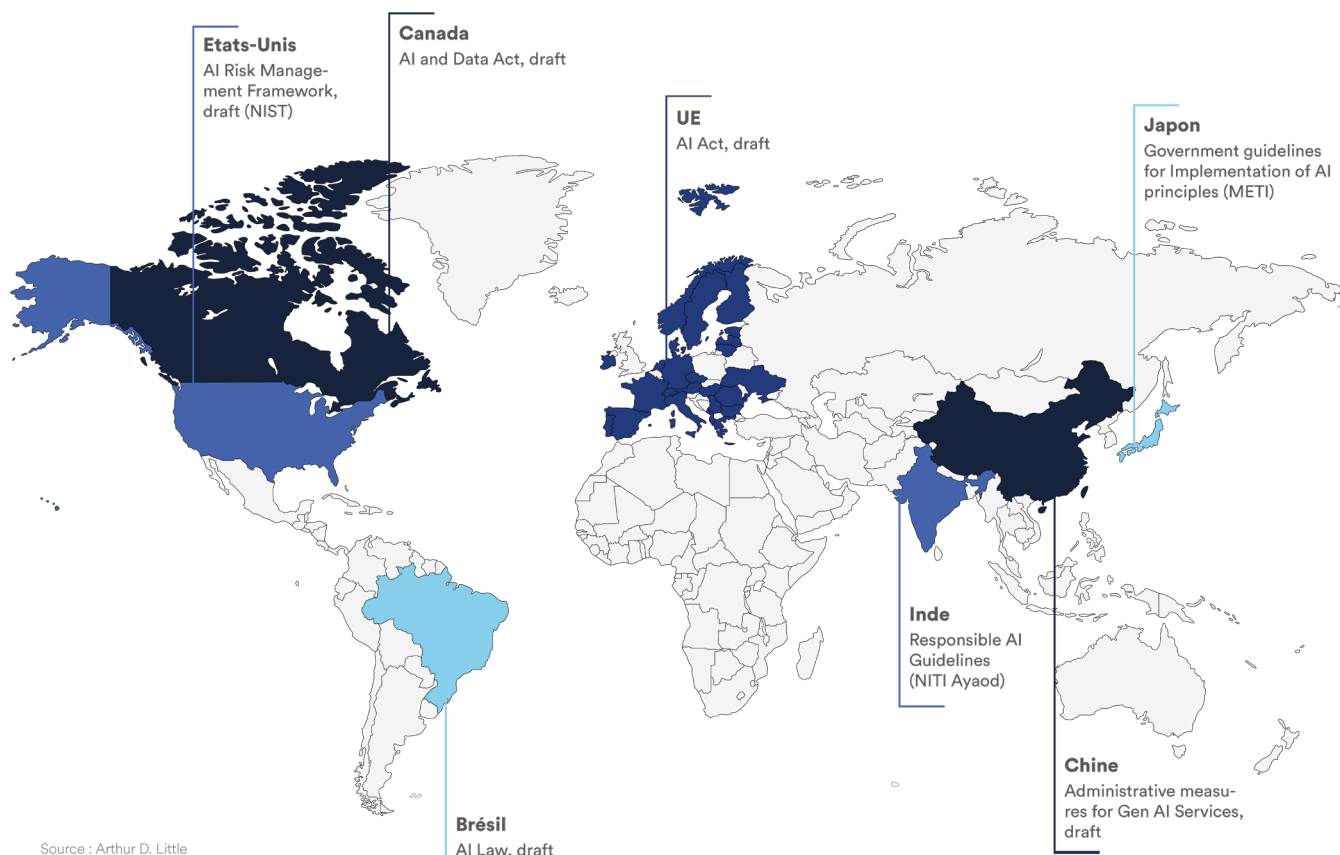
Ces dangers sont étroitement liés à l'absence de **régulation**, avec des institutions n'ayant pas réussi à anticiper assez rapidement ces risques.

La **grève des scénaristes** qui a eu lieu aux Etats-Unis en 2023 est un bon exemple des craintes suscitées par l'utilisation de l'IA dans un secteur comme le cinéma.

Réguler l'IA ?

L'Union Européenne s'est réunie en décembre 2023 afin de développer **l'IA Act** avec 4 objectifs de réglementation : traçabilité, respect de l'environnement, transparence et non-discrimination. Ainsi, des contraintes seront imposées aux structures jugées «à risque» face à l'IA, c'est-à-dire dans les secteurs du maintien de l'ordre, de l'éducation, des ressources humaines etc.

Les pays européens ne sont d'ailleurs pas les seuls à s'attarder sur le besoin de régulation des IA :

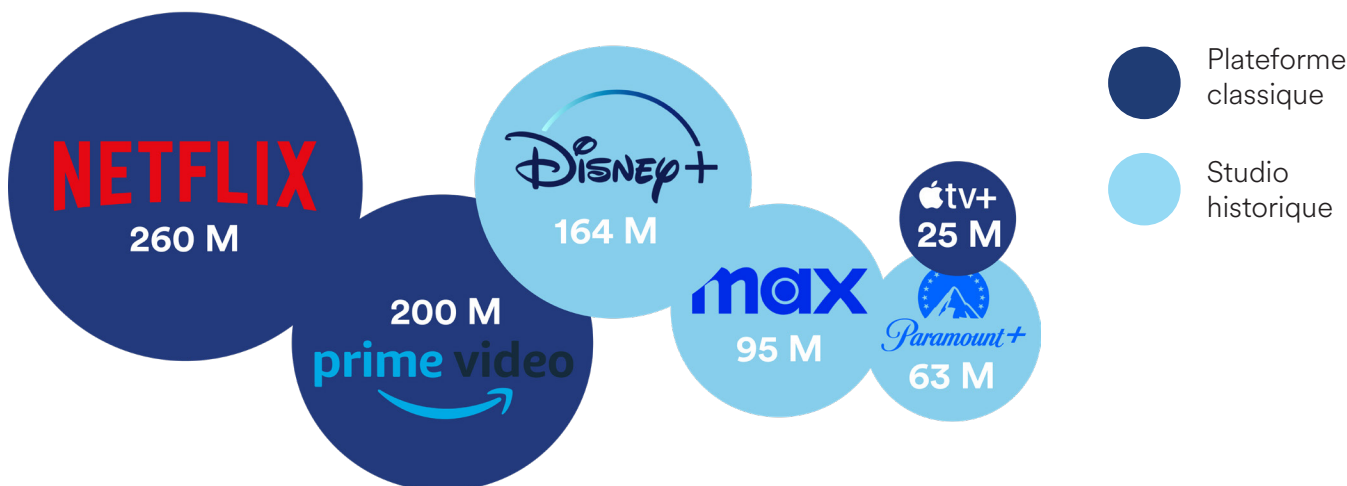


Comment les studios historiques se platformisent ?

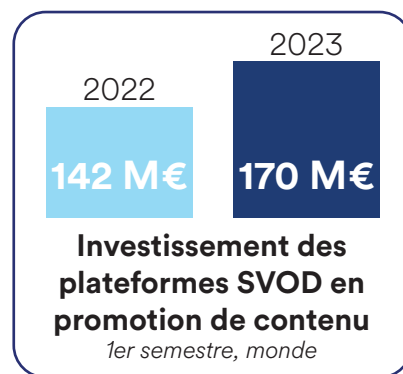
digital

Le poids des plateformes SVOD en 2023

Poids des plateformes de SVOD en fonction de leur nombre d'abonnés monde (hors plateformes asiatiques)



Les plateformes connaissent une hausse d'abonnés par rapport à 2022 : **Netflix** a gagné **30M d'abonnés** par rapport à l'année précédente. **Disney +** avait **118M en 2022**, et vise **260M d'abonnés d'ici 2024**. **Max** : **76,8M** début 2022, croissance fulgurante de **18M d'abonnés** supplémentaires qui s'explique par la fusion de **HBO Max et Discovery+**. La plateforme, initialement prévue pour 2023, devrait arriver en France courant 2024.



2023, début d'une consolidation du marché ?



Disney+ consolide sa position en tant que concurrent majeur de **Netflix** en annonçant la fusion avec le service de streaming **Hulu** aux États-Unis. Pour rappel, Hulu est une plateforme américaine de SVOD qui propose des films, séries et clips vidéo.

Cette décision vise à offrir une expérience plus intégrée, avec un contenu étendu, et à générer plus d'engagement, des opportunités publicitaires plus importantes, une réduction des désabonnements et des coûts d'acquisition de clients.



Warner Bros. Discovery et **Paramount** ont entamé, eux, des discussions préliminaires sur une possible fusion, lors de cette fin d'année 2023. Bien que rien ne soit encore confirmé, cette éventualité attire l'attention d'Hollywood, offrant la perspective de créer un concurrent majeur capable de rivaliser avec des géants tels que Disney, Netflix et Amazon.

Les décennies de numérisation de notre société sont également celles de **notre plus grande empreinte écologique**, de la production à la consommation en passant par les infrastructures nécessaires à l'usage de nos outils connectés. Le monde de plus en plus virtuel est en réalité on ne peut plus matériel et polluant.

Un enjeu pour l'environnement, mais peu connu...

Selon l'ONG Digital for the Planet, la pollution numérique est le «prochain enjeu écologique majeur», pourtant **73%** des français **n'ont pas conscience** de la pollution digitale.

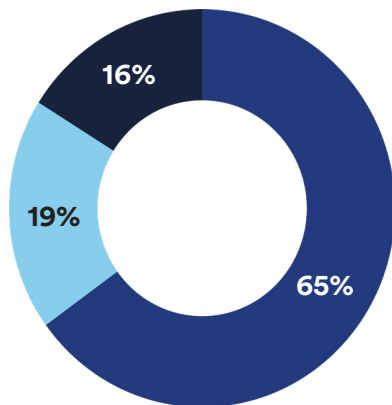
Emissions à effet de serre du digital



Consommation de l'électricité mondiale



Quelles sont les sources de la consommation énergétique du numérique ?



■ Fabrication des terminaux

Les équipements et les quantités de matière pour fabriquer les télévisions, ordinateurs, smartphones assistants vocaux, streaming vidéo, réseaux sociaux etc.

■ Utilisation des réseaux

Les infrastructures réseaux à travers les câbles souterrains et en mer pour acheminer les données

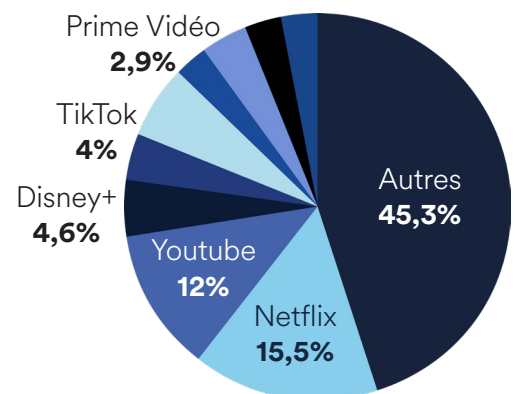
■ Centres des données

L'hébergement et la centralisation des données des utilisateurs d'internet

Les services de streaming et de vidéos à la demande sont les principaux générateurs de trafic internet mondial.



Exemple de l'empreinte carbone pour une activité de streaming : le visionnage d'un film sur Netflix



Recommandations de l'ARCOM pour une consommation plus verte des contenus audiovisuels :

1. Informer les utilisateurs sur l'impact environnemental.
2. Donner des **solutions** pour des usages plus respectueux de l'environnement.
3. Une **méthodologie commune** de calcul de l'impact environnemental.
4. Une **évaluation annuelle**.

L'année de la consolidation du marché du podcast français

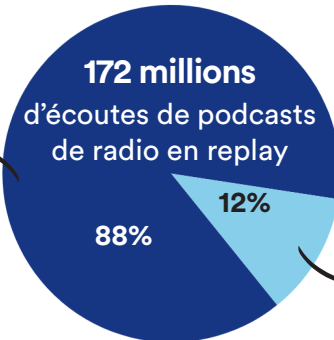
digital

Les écoutes

Top 5 des podcasts replay en décembre 2023 selon leurs écoutes

- 1 - **L'After Foot** (RMC) : 18 721 000
- 2 - **Les Grosses Têtes** (RTL) : 16 960 000
- 3 - **Hondelatte raconte** (Europe 1) : 9 350 000
- 4 - **C'est encore nous** (France Inter) : 8 032 000
- 5 - **Affaires Sensibles** (France Inter) : 6 013 000

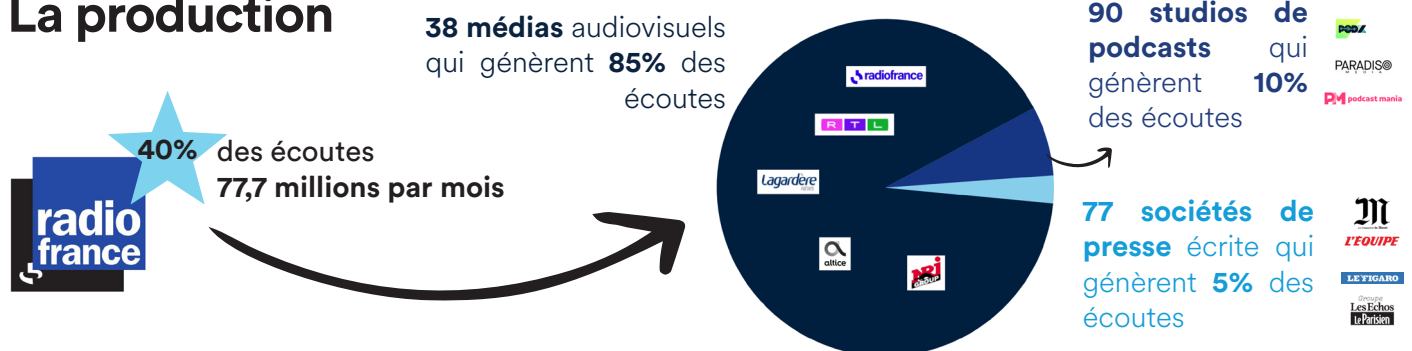
195 millions d'écoutes mensuelles, dont



Top 5 des podcasts natifs en décembre 2023 selon leurs écoutes

- 1 - **Transfert** (Slate) : 1 562 123
- 2 - **L'Heure du Monde** (Le Monde) : 1 455 871
- 3 - **Les Actus du jour** (Hugo Décrypte) : 1 420 764
- 4 - **Métamorphose, éveille ta conscience** (Métamorphose) : 937 121
- 5 - **CRIMES - Histoires Vraies** (Studio Minuit) : 917 050

La production



Pourquoi une telle concentration des podcasts en France ?

La période de prolifération des studios indépendants, liée à la faiblesse des coûts de production, semble toucher à sa fin. En 2022, Les rachats de **Nouvelles Écoutes** et **Studio Minuit** par PodX, puis de **Louie Média** par **CMI**, révélaient un mouvement de concentration de la production. En février 2023, le rachat de **Binge Audio** par **Paradiso Media** propulse le groupe dans le top 5 du marché européen. Cette consolidation du secteur témoigne d'un marché en plein essor, mais entraîne la disparition d'un bon nombre de studios indépendants.

Un avenir inquiétant pour les producteurs indépendants, lié aux fragilités des business models

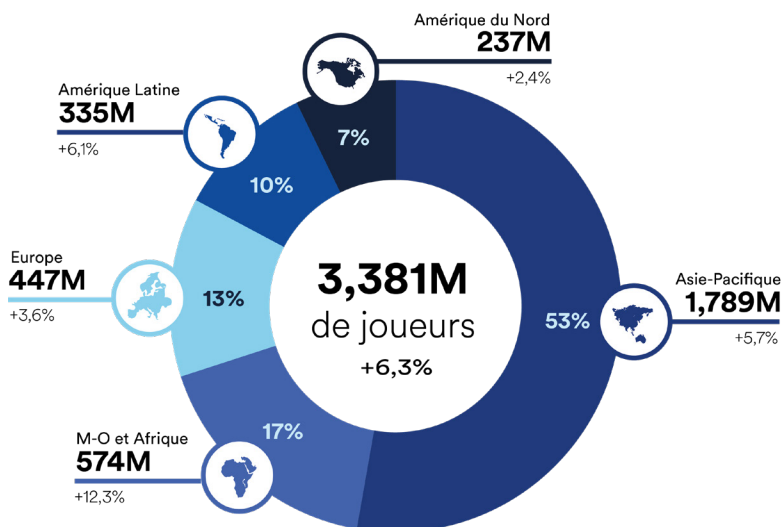
Avant son rachat, **Binge Audio** avait échoué à monétiser via des modèles payants les écoutes de **Roger est mort** et de **La Dose** en 2022. La qualité éditoriale et la volumétrie des podcasts de **Radio France** (300 000 épisodes gratuits par an) rend en effet le succès des modèles par abonnements payants particulièrement difficile. En outre, le désengagement de Spotify en décembre 2023, qui finançait jusqu'alors quelques podcasts natifs, ajoute une interrogation inquiétante sur l'avenir des studios indépendants.

Les étudiants du Master DMC se sont également frottés au jeu de la production de podcast cette année ! Ne manquez pas leurs deux podcasts originaux : **Sous le Tapis** et **Version Francophone**, disponibles sur **Spotify**, **Acast** et **Deezer**.

Le jeu vidéo : quel bilan pour l'année 2023 ?

digital

De grands succès sur l'année...



Le secteur du Jeux Vidéo a accueilli **6,3%** de joueurs supplémentaires cette année pour un total de plus de **3 milliards de joueurs** ! Un grand chiffre pour l'industrie, qui séduit particulièrement en Asie Pacifique, où l'on y retrouve les plus grands marchés que sont **l'Inde** et la **Chine**, et les deux pays les plus engagés côté «gaming» (Japon et Corée du Sud). La croissance du nombre de joueurs a été la plus marquée en Afrique et au Moyen-Orient.

Sur l'année, l'industrie a généré

184 milliards \$

de recettes monde.

C'est 0,6% de plus que l'année précédente, mais 8,7 milliards de moins que 2021, année boostée par la pandémie.

EUROPE

Top des ventes de l'année

Source : Institut
Game Sales Data

*Ventes digitales
non incluses

- | | |
|---|--|
| 1 - EA Sports FC 24 (EA) | 6 - Diablo 4 (Activision Blizzard) |
| 2 - Hogwarts Legacy (Warner Bros Games) | 7 - Legend of Zelda : Tears of the Kingdom* (Nintendo) |
| 3 - FIFA 23 (EA) | 8 - Red Dead Redemption 2 (Rockstar) |
| 4 - Call of Duty : Modern Warfare 3 (Activision Blizzard) | 9 - Super Mario Bros Wonder* (Nintendo) |
| 5 - Grand Theft Auto V (Rockstar) | 10 - Marvel's Spider-Man 2 (Sony) |

Côté **sorties jeux**, l'année 2023 a été très fructueuse pour les amateurs, qui ont pu mettre la main sur de très gros titres, initialement annoncés pour les années 2020-2022, mais retardés par la crise sanitaire. On pense à **Hogwarts Legacy**, l'«open world» inspiré de l'univers Harry Potter ou encore à la suite de **The Legend of Zelda**.

De plus en plus d'acheteurs

La vente des jeux a connu une croissance de


+1,7%

(en volume) par rapport à 2022 en Europe

Les ventes de consoles ont grimpé de

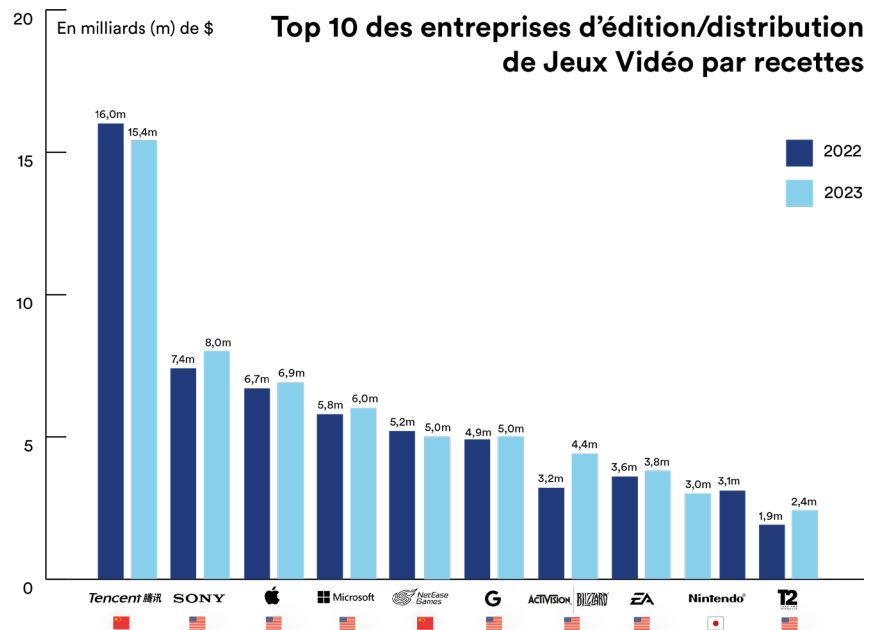

+42%

(en volume) par rapport à 2022 en Europe.

Pour les consoles, cela s'explique par l'augmentation de **177 %** des ventes de la PlayStation 5 sur le continent, qui avait connu d'importants problèmes de stock en 2022.

Sur l'année 2023, les 10 plus grandes entreprises du secteur ont toutes généré **plus de recettes** que l'année précédente, **à l'exception de Tencent et NetEase**, les deux sociétés chinoises du classement. Cela s'explique du fait du **strict contrôle exercé par Pékin** sur l'octroi des licences, entre 2021 et 2023, en plus de la fin du partenariat entre NetEase et Activision Blizzard.

Par ailleurs, on note la présence de 7 entreprises **Américaines** et 2 entreprises **Chinoises**, rappelant la guerre de la «tech» Sino-Américaine qui s'est intensifiée cette année.



... mais qui a dû faire face à des défis



Microsoft a racheté

ACTIVISION | BLIZZARD

à un montant record pour le secteur :

69 milliards \$

Sony a alors accusé la firme de vouloir dominer le marché par la force et de tuer la marque en monopolisant un jeu aussi important que **Call Of Duty**. Microsoft a rétorqué que Sony dominait largement le marché des consoles et cherchait à saboter Xbox. Microsoft prendrait alors la **2ème position** du classement monde.

+10 000
licenciements

dans le secteurs ces 12 derniers mois

Perte d'engouement pour le secteur qui, après son succès pendant les confinements, avait beaucoup (trop) embauché. Retour de bâton pour Microsoft après ce rachat au montant historique.

Microsoft

(Xbox)

1900
postes
supprimés

RIOT GAMES

(League of Legends)

11%
de son personnel
licencié

Crise

chez



UBISOFT

Grève

Plus importante grève de son personnel, qui a dénoncé les pratiques managériales de sa direction.

Bourse

Plus bas niveau depuis plusieurs années.



-10%
des ventes

Sorties reportées ou annulées

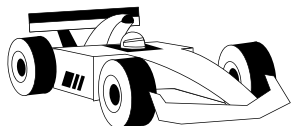
Splinter Cell, Ghost Recon etc.

Twitch en 2023 : une année marquée par la compétition

digital

Twitch et le sport...

1 340 960 spectateurs

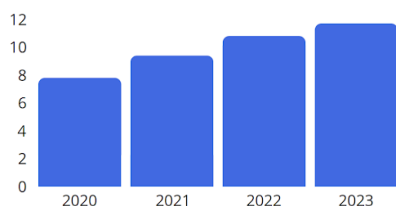


C'est le nouveau record d'audience du Twitch français, atteint lors de la tenue du **GP Explorer 2**, organisé par Squeezie, une course de Formule 4 réunissant des vedettes d'internet. La première édition avait déjà atteint le nombre de **1 044 867** spectateurs.



Le deuxième record d'audience français de l'année, à **204 966** spectateurs, a été signé par Domingo, un streamer français, en collaboration avec RMC Sport, lors de la retransmission d'un match de football entre le FC Barcelone et Manchester United.

...mais aussi de l'Esport¹



➔ Nombre de consommateurs et/ou pratiquant d'esport de + 15 ans

On peut constater une hausse de **51,2 %** par rapport à 2020, passant de **7,8 millions** à **11,8 millions**. Les compétitions sportives sur les différents jeux n'en finissent plus d'attirer du monde.

Un nouveau record a été battu : la finale de la coupe du monde sur le jeu *League of Legends* a réuni **6,4 millions** de spectateurs, sans compter les audiences chinoises. Le précédent record, à 5,4 millions de spectateurs, datait des Free Fire World Series en 2021, sur le jeu *Free Fire*.



Deux écuries d'Esport fondées par des «streamers»



En France, on note la popularité croissante de la Karminé Corp, fondée par les streamers Kameto et Prime, qui déchaîne les passions sur les réseaux sociaux et qui a cette année réussi à intégrer la **League of Legends EMEA Championship**, plus haute division européenne sur le jeu *League of Legends*.



Nouvelle équipe fondée par Squeezie, Gotaga et Brawks en 2023. Le quatrième pic de spectateurs de l'année sur Twitch en France à **179,352** a été réalisé lors de leur rencontre contre l'équipe Apeks sur le jeu *Valorant*.

¹ L'Esport désigne la pratique sur internet d'un jeu vidéo seul ou à plusieurs dans un cadre compétitif.

Le géant du streaming Américain en danger ?



Twitch (propriété d'Amazon) semble être depuis plusieurs années indétrônable. Mais au cours de cette année 2023, une nouvelle plateforme, **Kick**, est entrée en scène, et elle compte bien s'imposer.

•	21 septembre 2022	Twitch interdit de son site les streams diffusant des parties de casinos en ligne, dont l'un des plus importants est Stake.com , fondé par deux entrepreneurs australiens, Ed Craven et Bijan Tehrani.
•	1 décembre 2022	En réponse à cette interdiction de diffusion, le casino en ligne Stake.com lance sa propre plateforme, Kick , visant à concurrencer Twitch .

Le paradis des «streamers»

Kick a tout de suite mis en place une stratégie très agressive ayant pour but d'attirer les streamers de Twitch.

	twitch	KICK
➔ Système d'abonnement	50% au streamer / 50% à la plateforme	95% au streamer / 5% à la plateforme
➔ Modération	Politique stricte, mots bannis	Politique flexible

La nouvelle plateforme applique une logique de **liberté d'expression quasi sans limites**, créant ainsi régulièrement la polémique car attirant les streamers aux propos les plus controversés.

De plus, Kick offre d'énormes contrats aux gros streamers de la plateforme Twitch : le 20 mars 2023 le streamer xQc a signé pour **100 millions de dollars**.

Kick, populaire, mais un danger encore relatif

Nombre de spectateurs en moyenne
sur Kick par jour

16 921 ➔ **152 513**
(janvier 2023) (décembre 2023)

Nombres d'heures regardées

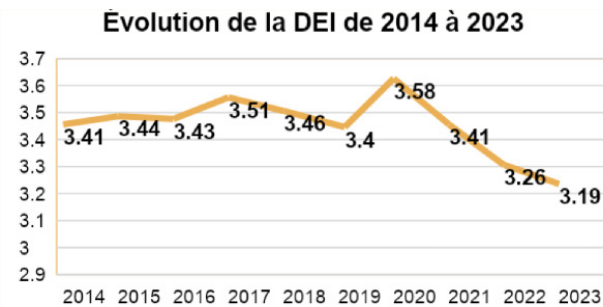
873 Millions **KICK** **vs** **20 milliards** **twitch**

Médias

Médias

La DEI en baisse pour la troisième année consécutive

DEI (Durée d'écoute par individu de la télévision) : mesurée chaque année par **Médiamétrie**, elle comprend les consommations sur tous les écrans (TV, ordinateur, téléphone mobile et tablette) en live, en différé, en preview et en replay, à domicile et en dehors du domicile ou en mobilité.



Après un pic lié au confinement à 3h58 en 2020, la DEI ne cesse de baisser depuis pour s'élever en 2023 à 3h19 par jour en moyenne.

En 2023, le **temps global dédié au visionnage de contenus vidéo** s'élève à **4h37** par jour. La télévision live représente **67%** de ce temps, contre 33% pour les contenus regardés sur les plateformes de VOD et les réseaux sociaux.

Le palmarès des chaînes

TF1 et M6 enregistrent encore en 2023 une baisse de leurs audiences. TF1 signe même sa **plus faible part d'audience depuis sa création**. Si 77 des 100 meilleures audiences de 2022 étaient des programmes de la chaîne, elle n'en compte cette année plus que 69, principalement avec la Coupe du monde de rugby et sa série HPI. M6 perd quant à elle en 2 ans 1 point de part d'audience et atteint son **plus mauvais score depuis 30 ans**. Si la chaîne a la moyenne d'âge la plus basse des chaînes généralistes (50 ans), ce public jeune se tourne de plus en plus vers les plateformes de streaming.

France 2 et C8 continuent leur **forte progression** en gagnant respectivement 0,5 et 0,3 points de PDA. La 2 s'appuie sur le sport mais aussi sur ses fictions françaises (Capitaine Marleau, Astrid et Raphaëlle...).

1	TF1	18,6%	-0,1
2	france.2	15,3%	+0,5
3	france.3	9,0%	-0,4
4	M6	8,1%	-0,3
5	france.5	3,5%	-0,1
6	C8	3,1%	+0,3
6	TMC	3,1%	+0,1
8	BFM TV.	3,0%	-0,3
9	arte	2,9%	+0

Les meilleures performances des programmes



Meilleure audience de l'année

Le match de rugby France-Afrique du Sud avec 16,5 millions de téléspectateurs sur TF1



Meilleure audience de fiction française

Le lancement de la troisième saison de la série HPI sur TF1 avec 10,4 millions de téléspectateurs



Meilleure audience de France 2

Le match France-Namibie de la Coupe du monde de Rugby avec 10,8 millions de téléspectateurs



Meilleure audience de divertissement

Le concert des Enfoirés sur TF1 avec 8,5 millions de téléspectateurs

7 des 10 quotidiens nationaux sont la propriété de 6 des 15 plus grandes fortunes du pays.

1er	Bernard Arnault 203 000M €	Challenges, Les Échos, Le Parisien...
5ème	Rodolphe Saadé 39 000M €	La Provence, La Tribune, W9, M6...
6ème	Famille Dassault 32 000M €	Le Figaro, Gala...
11ème	Xavier Niel 11 500M €	Le Monde, L'Obs, Télérama...
12ème	Vincent Bolloré 11 100M €	Canal+, Paris Match, Le JDD, CNews, Europe 1...
13ème	Patrick Drahi 10 700M €	Libération, BFM, RMC...

Les poids des journaux en France (lecteurs/mois)

LE FIGARO
26 millions

Le Monde
22 millions

Libération
10 millions

Le Journal du Dimanche
5 millions

Les Echos
11 millions

PARIS MATCH
10 millions

Pourquoi les milliardaires s'intéressent-ils aux médias ?

1 Aider un média en particulier, sans en changer la ligne éditoriale. C'est le cas de **P. Drahi** avec Libération, qu'il sauve de la faillite en 2014 aux côtés de Bruno Ledoux en y investissant 18 millions d'euros. C'est une forme de **mécénat**.

2 Servir son propre intérêt économique. L'objectif n'est pas tant de gagner de l'argent avec ces médias que de gagner en influence pour appuyer d'autres activités plus stratégiques et lucratives (B. Arnault avec LVMH, D. Kretinsky avec Casino, Editis et Atos), ou dépendant de la commande publique (Dassault, Bouygues,...).»

3 Peser sur le débat public. C'est le cas de **V. Bolloré** qui impose le directeur de la rédaction au JDD. Ce dernier, Geoffroy Lejeune, est un ex de Valeurs Actuelles, journal engagé à l'extrême-droite. En possédant des maisons d'éditions comme Hachette, V. Bolloré espère influencer sur la ligne éditoriale des écrits qui régissent nos débats de société. Avoir la main sur les manuels scolaires permet de faire **infuser ses idées** largement.

La conséquence de ces investissements vient consolider la **méfiance des lecteurs** face aux journaux. Cela participe au problème de **l'asymétrie de l'information**. Certains médias comme Mediapart ont donc décidé de pallier ce problème en plaçant toutes les actions de la société dans un fonds de dotation. Ce montage a été conçu pour garantir son indépendance et **éviter notamment toute querelle de succession, crise de financement ou tentative de rachat qui menacerait son indépendance rédactionnelle**.

Focus sur Daniel Kretínský & Rodolphe Saadé

médias

Daniel Kretínský

- 48 ans
- Tchéque
- Avocat, entrepreneur
- 210e fortune mondiale (Forbes)
- Secteur principal : énergie, grande distribution, médias
- Société principale : Czech Media Invest

Prise de participation
ou propriétaire de :



Mode opératoire

Monter au capital **d'entreprises en mauvaise passe financière**. C'est le cas d'Editis dont la valeur a diminué de 300 millions d'euros. Plus du tiers de son prix initial. Même logique pour le rachat du groupe Casino.

Motivations

Le milliardaire tchèque justifie son investissement dans les médias par un **"engagement citoyen"** et d'ajouter "la presse est essentielle pour la préservation des valeurs traditionnelles de la démocratie libérale. Si nous investissons dans ce secteur, c'est parce que **je suis très attaché aux valeurs de nos sociétés** et que ce que j'observe (...) dans leur évolution me fait peur."

Pourquoi la France : paysage médiatique et groupes souvent en changement d'actionnaires, fortes valeurs ajoutées, banalisation de la diversification des investisseurs (normal qu'un industriel investisse dans les médias), faible risque de conflit d'intérêt.



Rodolphe Saadé

- 53 ans
- Franco-libanais
- Armateur
- 184e fortune mondiale (Forbes)
- Secteur principal : transport, médias
- Société principale : CMA CGM

Prise de participation ou propriétaire de :



Ambitions

Après le rachat de la Provence et de la Tribune, le nom du président de CMA CGM est cité pour **reprendre BFMTV** à la suite de Patrick Drahi. Le milliardaire est en train de lancer un **concurrent au Journal du Dimanche**. Ce patron du 3e armateur mondial de porte-conteneurs est convaincu de l'impact déterminant du numérique sur la chaîne de valeur du transport et de la logistique.

Le marché des droits sportifs : un eldorado pour les diffuseurs ?

médias

15 millions

de téléspectateurs
français devant le match
d'ouverture de la Coupe
du monde de rugby



A l'heure de la contraction globale des audiences TV, le sport (re)diffusé sur le petit écran résiste à ce phénomène et demeure toujours un produit d'appel phare des chaînes à l'image de la coupe du monde de rugby. On peut également noter le succès croissant du foot féminin à la télévision qui a su battre en 2023 son record d'audiences avec **5,7 millions de téléspectateurs** lors du match France-Australie de coupe du monde féminine.

Ainsi, des stratégies de programmation et d'achat ont été opérées afin de toucher un plus vaste public, notamment les moins de 25 ans. Des chaînes cherchent notamment à mettre l'accent sur les sports de combat, de plus en plus populaires auprès des jeunes comme l'a montré le succès du combat entre les français Jordan Zebo et Cédric Doumbé lors de la soirée du PFL Paris le 30 septembre 2023, où plus d'1,4M de téléspectateurs étaient rassemblés sur RMC.



Le PFL Paris 2023 en chiffres

Professional Fighters
League

107M impressions sur les comptes sociaux
d'RMC Sport et RMC Sport combat

1,4M de téléspectateurs sur RMC
Découverte

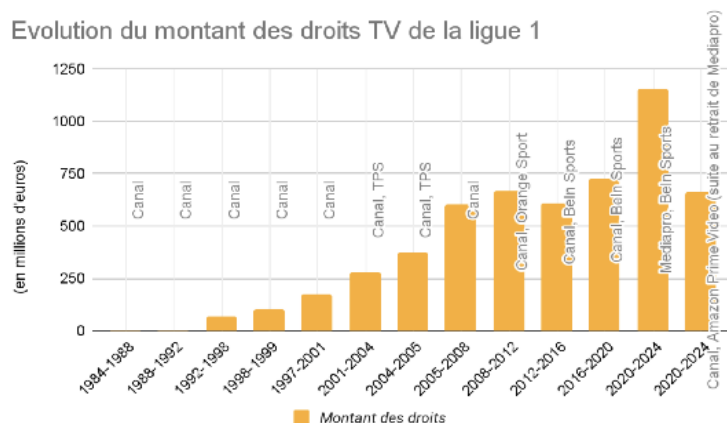
262k spectateurs uniques sur la chaîne Twitch d'RMC Sport

Le phénomène DAZN

C'est notamment en partant de cet objectif de s'adresser à un public plus jeune, que l'alliance de Canal+ avec le "Netflix du sport" **DAZN** a vu le jour en 2023. Ce pure player anglais est notamment le diffuseur majeur de la boxe mondiale et dispose également dans son catalogue des droits de diffusion de Bellator MMA ou encore, des compétitions de football féminines.



Evolution du montant des droits TV de la ligue 1



La plateforme **DAZN** pourrait à l'avenir s'imposer comme un **diffuseur incontournable** en Europe et en France avec une offre éclectique et étayée. En effet, suite à l'échec du premier appel d'offres lancé par la LFP pour l'attribution des droits TV de la Ligue 1, une association entre Amazon et DAZN (déjà diffuseur de la Serie A et de la Liga) serait possible selon L'Équipe pour la retransmission du championnat français - actuellement on ne connaît toujours pas quand aura lieu le prochain appel d'offres.

Ainsi, les **services de streaming s'imposent de plus en plus**, en devenant des acteurs clefs des négociations pour les droits sportifs, occultant des acteurs historiques comme Canal +.

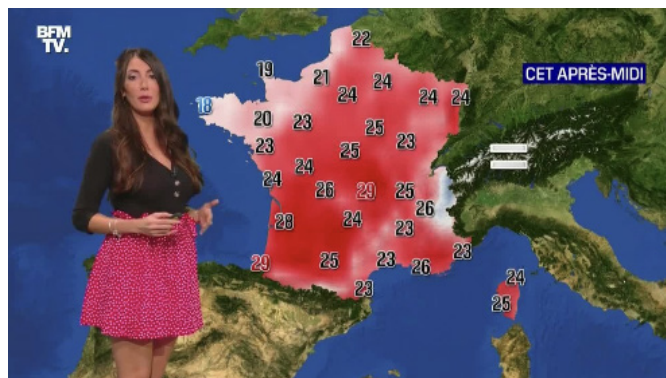
Faut-il s'inquiéter des bulletins météo « alarmistes » ?

Certaines voix conservatrices voire climatosceptique s'insurgent bruyamment contre l'utilisation jugée « anxigène » des couleurs dans les cartes météo, accusant les représentations visuelles de chercher à « terroriser les populations », pour reprendre les formules du politicien pro-Frexit François Asselineau.



Météo France, interrogée, déclare n'utiliser que des pictogrammes, laissant **aux médias le choix du code couleur**, suscitant des interrogations sur la cohérence entre les échelles de couleur. Certains suggèrent l'adoption d'une seule palette décidée par Météo France pour une meilleure lisibilité.

Patrick Marlière, de la société **Agate Météo**, explique avoir ajusté sa palette pour refléter les évolutions climatiques, soulignant l'importance de graduer le risque de manière pertinente pour la sécurité, **sans intention de susciter la peur**.



Et chez nos voisins ?

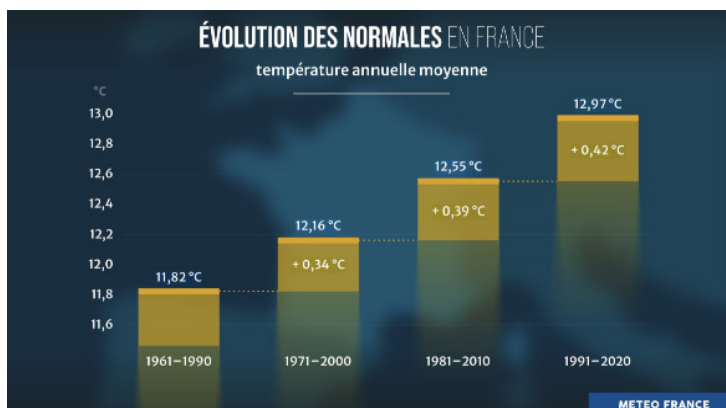
Le cas Suisse

Selon l'association des «**climato-réalistes**» et le politicien suisse **Thomas Matter, Météo Suisse (SRF Météo)** aurait manipulé les prévisions en surestimant les températures de 4 à 7°C dans plusieurs villes européennes. Météo Suisse attribue ces erreurs à un **algorithme automatisé qui aurait mal fonctionné**.

Les enjeux de la représentation du réchauffement climatique

Entre **prise de conscience** et **climatoscepticisme**, il relève du devoir public d'informer sur l'urgence écologique :

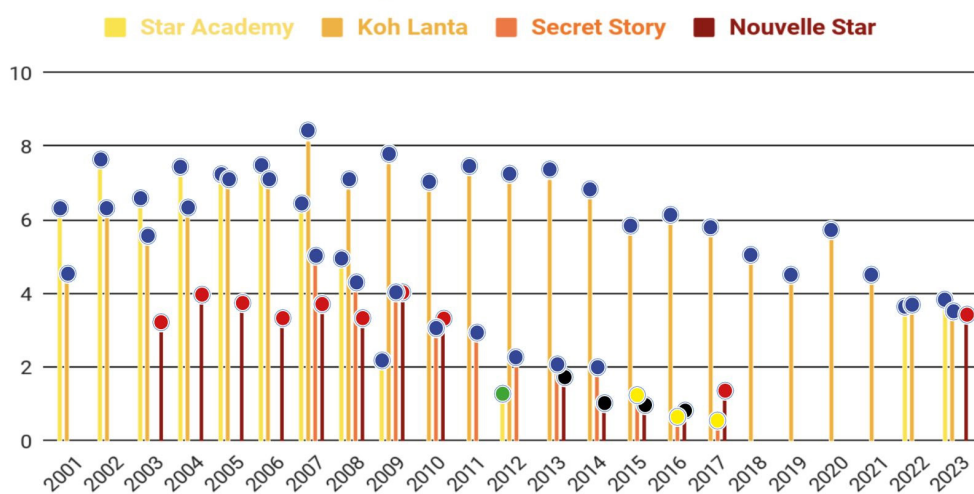
- Bulletin prévisionnel (2030 - 2050)
- Températures à la hausse
- Prise de parole factuelle
- Discours et données scientifiques



Etat des lieux de la TV réalité en 2023

médias

Evolution des moyennes d'audience (en millions)



Entre audiences en baisse...

Ces dernières années, le paysage de la télé-réalité a connu des changements significatifs, marqués par une **baisse notable des volumes d'audiences**.

Les chaînes



... et nostalgie des programmes



9 personnes sur 10,

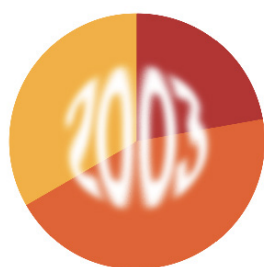
parmi les 18-30 ans, auraient **entendu parler des premières émissions** de télé-réalité (Loft Story, Bachelor, Nice People, l'Île de la tentation). Parmi ceux qui les ont regardées,

51%

sont nostalgiques de ces émissions.

Le besoin de renouveau a conduit à la ré-émergence d'anciens programmes, revisités et adaptés tels que la Star Academy, L'Île de la Tentation, Love Island ou encore Secret Story.

Diversifier pour mieux régner



Concours de talents
Concours d'élimination
Émissions de rencontre



Activités professionnelles
Concours de talents
Docusoap
Concours d'élimination
Émissions de rencontre
Émissions de célébrités



Activités professionnelles
Concours de talents
Concours d'élimination
Docusoap
Émissions de rencontre
Émissions de célébrités
Émissions de sport

La télé-réalité, longtemps dominée par des émissions axées sur les concours d'élimination, les rencontres amoureuses, et les péripéties de célébrités, a vu émerger une tendance vers des formats plus diversifiés.

Les médias et l'Intelligence Artificielle : quelles réactions en 2023 ?

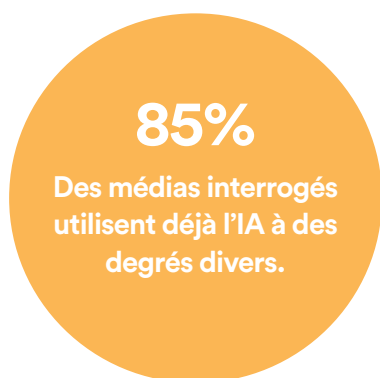
médias

État des lieux

Août-septembre 2023 : ChatGPT est désormais bloqué par de nombreux médias dans l'Hexagone : le groupe TF1, France Médias Monde, Médiapart et Radio France entre autres. L'objectif est d'empêcher OpenAI de se nourrir de contenus protégés sans rémunérer les auteurs.

Décembre 2023 : Un accord est passé entre OpenAI (créateur de ChatGPT) et le groupe allemand de médias d'Axel Springer. Moyennant une rémunération non révélée, le groupe pourra entraîner leur algorithme sur les articles de « Politico », « Die Welt », « Business Insider » ou « Bild ».

Selon le récent rapport JournalismAI (London School of Economics/Google) :



Une résistance des journalistes

Protestations des salariés du groupe Ebra («L'Est Républicain», «Le Dauphiné Libéré», «Numérama...») à l'annonce de l'expérimentation de l'utilisation de l'IA pour relire certains papiers.

Les Français se montrent très majoritairement favorables (67%, dont 18% qui y sont tout à fait favorables) à la mise en place de **cours destinés à enseigner aux élèves comment utiliser les outils d'intelligence artificielle.**

Des chartes internes sur l'IA Générative



Depuis l'été 2023, de multiples rédactions se sont mises à expliquer leurs positions éditoriales sur l'utilisation de l'intelligence artificielle (IA), notamment Le Figaro, qui vient de se doter d'une charte sur l'IA générative, comme Le Monde, le groupe Les Échos / Le Parisien, The Guardian, la BBC, le média Vox Europ, ou encore Reporters Sans Frontière.



Priorité à l'être humain
Contrôle éditorial

186 millions+
d'utilisateurs de ChatGPT

4 mois seulement après le lancement de Chat
GPT-4 (mars 2023)

Un dilemme ?

Si les **médias bloquent leur contenu**, les utilisateurs de ChatGPT seront-ils davantage exposés à des **fake news** ? En août 2023, une étude du Newsgard a révélé qu'à partir d'informations erronées, ChatGPT-4 écrivait des textes erronés dans 100% des cas et Bard (Google) dans 76% des cas. De plus, ces textes étaient très « convaincants ». Sans accès à des médias de qualité le risque est de créer des intelligences artificielles de moins en moins fiables.

Les Etats généraux de l'information, une initiative présidentielle nécessaire mais contestée

médias



Les **Etats généraux de l'information** se sont ouverts le 3 octobre 2023. Ils sont une promesse de campagne d'Emmanuel Macron. Censés durer jusqu'à l'été 2024, ils sont composés dans un premier temps d'une phase de diagnostic, suivie d'une phase de conclusion.

Les objectifs

Protéger l'information libre et pérenniser son financement, à l'heure de la désinformation et de la montée de la défiance envers les médias.

Permettre à toutes les parties prenantes d'exprimer leurs demandes : les chaînes de télévision, radios ou encore presse écrite sont conviées.

Il s'agit de **formuler des recommandations et des propositions** de mesures législatives, fiscales et budgétaires à travers un « plan d'action » qui sera présenté à la fin de l'opération.

Une **visée démocratique** : les citoyens ont été appelés à s'exprimer sur le secteur à l'occasion d'une consultation nationale visant à recueillir les avis des individus.

L'organisation des Etats généraux

Un **comité de pilotage indépendant** devra rendre ses conclusions. Ce comité était présidé par Bruno Lasserre depuis ses débuts, mais ce dernier a démissionné en janvier 2024 pour "raisons personnelles" et a été remplacé par Bruno Pattino, le président d'Arte.

Plusieurs groupes de travail centrés sur une **thématique particulière** (L'Etat et la régulation, citoyenneté, information et démocratie, etc.) sont formés, afin de rendre des conclusions précises.

4 syndicats de journalistes (SNJ, SNJ-CGT, CFDT et FO) ont exprimé leurs craintes de ne voir en ce projet qu'une simple opération de communication.

De plus, l'Elysée est critiqué pour avoir imposé un protocole très strict pour les photographies officielles du gouvernement et pour avoir choisi les journalistes suivant les déplacements du Président en 2017. Par conséquent, cette promesse macronienne paraît **déconnectée de la réalité** imposée par le pouvoir lui-même aux journalistes qui estiment leur liberté d'informer menacée.

Une initiative présidentielle contestée

Les **chaînes de télévision et radios locales**, qui n'étaient pas conviées, ont demandé à être entendues, pour exprimer leurs revendications. Cela s'ancre dans un contexte complexe lié à l'émergence des géants du numérique dans le secteur de l'information locale, considérée comme une menace par les acteurs traditionnels du secteur du fait de leur facilité d'action au marché publicitaire.



Lancement de **TF1+**, la nouvelle plateforme de streaming de TF1

médias



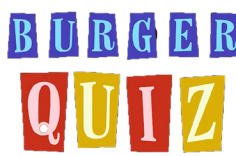
TF1+, lancée le **8 janvier 2024**, a pour objectif de devenir une véritable plateforme de streaming plutôt qu'un simple site de replay des émissions de la semaine.

« Nous avons conçu la plateforme avec l'ambition qu'elle devienne un véritable réflexe quotidien, la destination de référence pour le divertissement familial et l'information. »

- **Rodolphe Belmer**, PDG du groupe TF1 (conférence de presse du 20 décembre)

Un catalogue agrandi

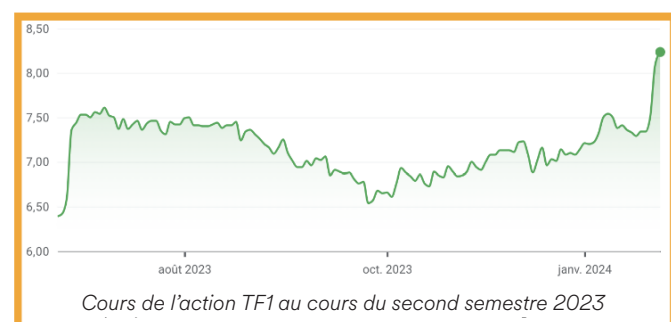
TF1+ propose une offre diversifiée, avec **200 films de cinéma**, **200 téléfilms TV**, **200 séries en intégralité**, des émissions phares comme la Star Academy et Koh-Lanta, ainsi qu'une cinquantaine de chaînes FAST thématiques. La plateforme ne proposera pas de contenus exclusifs, sauf pour des séries étrangères.



Son modèle économique

La plateforme propose une **offre gratuite** financée par des publicités ou un abonnement (**TF1+max**) sans publicités pour un coût mensuel de 5,99 euros. Cependant, l'abonnement ne semble pas être le cœur de la nouvelle stratégie de TF1, son PDG estimant que seulement une "petite minorité"* choisira cette formule. Alors que la publicité digitale devient de plus en plus lucrative grâce à l'audience croissante en ligne, la stratégie de Rodolphe Belmer se tourne principalement vers celle-ci. En effet, en fin 2023 le marché de la publicité digitale est à 1,9 milliard d'euros avec une croissance de 15% par rapport à l'année précédente, alors que la publicité TV traditionnelle reste stable à 3,1 milliards d'euros.

*Conférence de presse du 20 décembre 2023



Sources : Écran Total, Le Parisien, France info, Le Figaro, Stratégies

MyTF1, TF1+, quelles différences ?

TF1+ se présente comme une évolution de myTF1, avec une offre enrichie. Contrairement à myTF1, TF1+ ne se limite pas à des contenus exclusifs, mais met à disposition plus de **15 000 heures de programmes** variés. De plus, la plateforme propose une durée de replay étendue pouvant aller jusqu'à 48 mois pour certains programmes. L'interface a aussi évolué, se rapprochant de celle d'autres plateformes comme Netflix ou MyCanal. On retrouve les mêmes catégories comme les Top 10 de la journée etc.

TF1+ propose plusieurs innovations :

➔ **Top Chrono** permet aux utilisateurs d'obtenir des résumés en temps réel des matchs sportifs en fonction du temps dont ils disposent, grâce à l'intelligence artificielle.

➔ **Synchro** est un moteur de recommandation pour faciliter le choix d'un programme.

Premiers retours

Malgré les réserves émises par la presse et les premiers utilisateurs concernant TF1+, les actions du groupe ont enregistré une augmentation de 14% depuis le début de l'année.

Cinéma

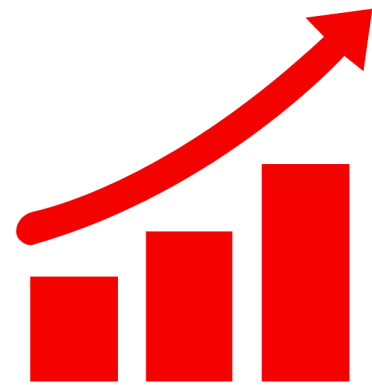
Cinéma

Grève des scénaristes et des acteurs : le temps des constats

cinéma

Les enjeux de la grève

Echec des négociations entre les syndicats des acteurs et des scénaristes (SAG-AFTRA et WGA) face au syndicat des grands studios hollywoodiens et plateformes de streaming (AMPTP).



Revalorisation des salaires

+8%
pour la rémunération
des acteurs

+5%
pour la rémunération
des scénaristes

Résultat des négociations

- **Prime** pour les scénaristes/acteurs en fonction du nombre de visionnage d'une œuvre sur les plateformes.
- **Encadrement** de l'usage de l'IA.

COMBLÉS



Writers Guild Of America (WGA)
SAG-AFTRA
Acteurs
Scénaristes
Fran Drescher
Lindsay Dougherty
Présentateurs de Late Show

ÉPROUVÉS



Alliance of Motion Picture and
Television Producers (AMPTP)
Streamers
Emmys
Directors Guild of America
Grands Studios Hollywoodiens
Chaînes de télévision
Défenseurs de l'IA

Les conséquences de la grève sur l'industrie

La grève la plus longue de l'histoire d'Hollywood

02.05.2023

14.07.2023

27.09.2023

09.11.2023

148 jours de grève pour les scénaristes

118 jours de grève pour les comédiens

6 milliards \$
de pertes pour
les sociétés
californiennes
+
Retard
pour de nb.
productions
(ex : Stranger
Things)

Mario Bros et Barbie cartonnent

- Le Grand retour de l'animation avec Super Mario Bros.
- Seulement 1 film de super-héros dans le top 10.
- **Disney** en tête des distributeurs.
- Une année marquée par **l'adaptation** de marques emblématiques.



Top 10 des films américains en France

FILMS	DISTRIBUTEURS	SORTIES	ENTRÉES
Super Mario Bros., le film	Universal	05/04	7 359 395
Barbie	Warner Bros.	19/07	5 846 809
Avatar, la voie de l'eau	Disney	14/12/2022	5 306 105
Oppenheimer	Universal	19/07	4 446 424
Les gardiens de la galaxie 3	Disney	03/05	3 604 845
Elementaire	Disney	21/06	3 310 408
Indiana Jones et le cadran de la destinée	Disney	28/06	3 049 043
Mission Impossible : Dead Reckoning	Paramount	12/07	2 617 032
La Pat Patrouille : Super Patrouille	Paramount	11/10	2 301 074
Creed III	Warner Bros.	01/03	2 300 601

FILMS	DISTRIBUTEURS	SORTIES	ENTRÉES
Astérix et Obélix : l'Empire du Milieu	Pathé	01/02	4 622 711
Alibi.com 2	Studiocanal	08/02	4 277 971
Les Trois Mousquetaires : D'Artagnan	Pathé	05/04	3 432 815
3 jours max	Studiocanal	25/10	1 884 404
Miraculous, le film	SND	05/07	1 646 431
Anatomie d'une chute	Le Pacte	23/04	1 303 832
Tirailleurs	Gaumont	04/01	1 196 248
Les Trois Mousquetaires : Milady	Pathé	13/12	1 173 072
Je verrai toujours vos visages	Studiocanal	29/03	1 165 205
Mon Crime	Gaumont	08/03	1 091 489

Top 10 des films français

Pathé et Studiocanal dominant le box-office

- **210 millions d'euros** de budget cumulé pour le top 5.
- Du grand spectacle issu **d'oeuvres littéraires célèbriissimes** : une stratégie concluante pour Pathé.
- Succès pour la "bande à Fifi", Alibi.com 2 surpasse 3 jours max.



L'étoile Miyazaki

- **8 films dépassent le million d'entrées**, inédit depuis 2019.
- Retour acclamé de **Miyazaki** avec 1,5 million d'entrées.
- Anatomie d'une chute réalise le **meilleur box-office pour une Palme d'Or** depuis 2008



Top 10 des films «Art et Essai»

FILMS	DISTRIBUTEURS	SORTIES	ENTRÉES
Oppenheimer	Universal	19/07	4 446 424
Le Garçon et le Héron	Wild Bunch	01/11	1 540 175
Babylon	Paramount	18/01	1 505 989
Anatomie d'une chute	Le Pacte	23/08	1 303 832
Tirailleurs	Gaumont	04/01	1 303 832
Je verrai toujours vos visages	Studiocanal	29/03	1 165 205
Mon crime	Gaumont	08/03	1 091 489
Le Règne Animal	Studiocanal	04/10	1 056 777
Second Tour	Pathé	25/10	979 553
The Fabelmans	Universal	22/02	917 350

FILMS	DISTRIBUTEURS	SORTIES	ENTRÉES
Sacrées Momies	Warner Bros.	08/02	855 351
The Old Oak	Le Pacte	25/10	325 983
Les feuilles mortes	Diaphana	20/09	280 306
Maurice le chat fabuleux	KMBO	01/02	275 562
L'Enlèvement	Ad Vitam	01/11	250 107
Perfect Days	Haut et Court	29/11	238 146
L'incroyable Noël de Shaun le mouton et Timmy	KMBO	15/11	232 083
Retribution	Studiocanal	23/08	219 146
L'immensità	Pathé	11/01	213 316
Vers un avenir radieux	Le Pacte	28/06	211 698

Top 10 des films Européens

Le succès des films d'auteur

- Sacrées Momies domine le box-office avec 855 000 entrées, devant The Old Oak (326 000).
- **Cinq films** du Top 10 ont été **présentés à Cannes**. La croisette assure une visibilité pour les films d'auteur.



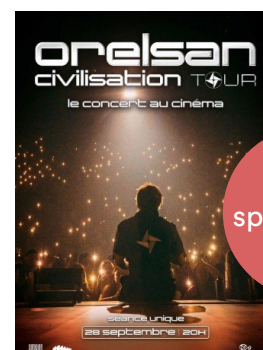
Cas particuliers du box-office : les ciné-concerts

- 1er rang des spectacles filmés **les plus lucratifs** de tous les temps.
- **Pathé Live** assure la distribution : 62 700 entrées en deux semaines en France.
- Film disponible sur Apple TV+ et Amazon Prime Video

261,6 M \$
de recettes
au BO
mondial



19e film plus
rentable
du monde
en 2023



37 500
spectateurs
au cinéma

Projection dans
400 salles.

Oscars (2023), BAFTA (2024), César (2024)

Meilleur film



Everything Everywhere All at Once, Daniel Scheinert et Daniel Kwan

Oppenheimer, Christopher Nolan

Anatomie d'une chute, Justine Triet

Meilleure réalisation



Everything Everywhere All at Once, Daniel Scheinert et Daniel Kwan

Oppenheimer, Christopher Nolan

Anatomie d'une chute, Justine

Meilleure actrice



Michelle Yeoh, Everything Everywhere All at Once

Emma Stone, Poor Things

Sandra Hüller, Anatomie d'une chute

Meilleur acteur



Brendan Fraser, The whale

Cillian Murphy, Oppenheimer

Arieh Worthalter, Le procès Goldman

Meilleure actrice dans un second rôle



Jamie Lee Curtis, Everything Everywhere All at Once

Da'vine Joy Randolph, The Holdovers

Adèle Exarchopoulos, Je verrai toujours vos visages

Meilleur acteur dans un second rôle



Ke Huy Quan, Everything Everywhere All at Once

Robert Downey Jr, Oppenheimer

Swann Arlaud, Anatomie d'une chute

Meilleur scénario adapté



Sarah Polley, pour Women Talking

Cord Jefferson, pour American Fiction

Valérie Donzelli et Audrey Diwan, pour L'Amour et les forêts

Les derniers films primés en festival

cinéma

Cannes (2023), Venise (2023), Berlin (2024)

Meilleur film



Anatomie d'une chute, Justine Triet

Poor Things, Yorgos Lanthimos

Dahomey, Mati Diop

Grand prix du jury



The Zone of Interest, Jonathan Glazer

Le mal n'existe pas, Ryusuke Hamaguchi

A Traveler's Needs, Hong Sang-soo

Meilleure réalisation



Tran Anh Hùng, La passion de Dodin Bouffant

Matteo Garrone, Moi, capitaine

Nelson Carlos de Los Santos Arias, Pepe

Meilleur acteur



Koji Yakusho, Perfect Days

Peter Saarsgard, Memory

Sebastian Stan, A Different Man

Meilleur actrice



Merve Dizdar, Les Herbes sèches

Cailee Spaeny, Priscilla

Meilleur scénario



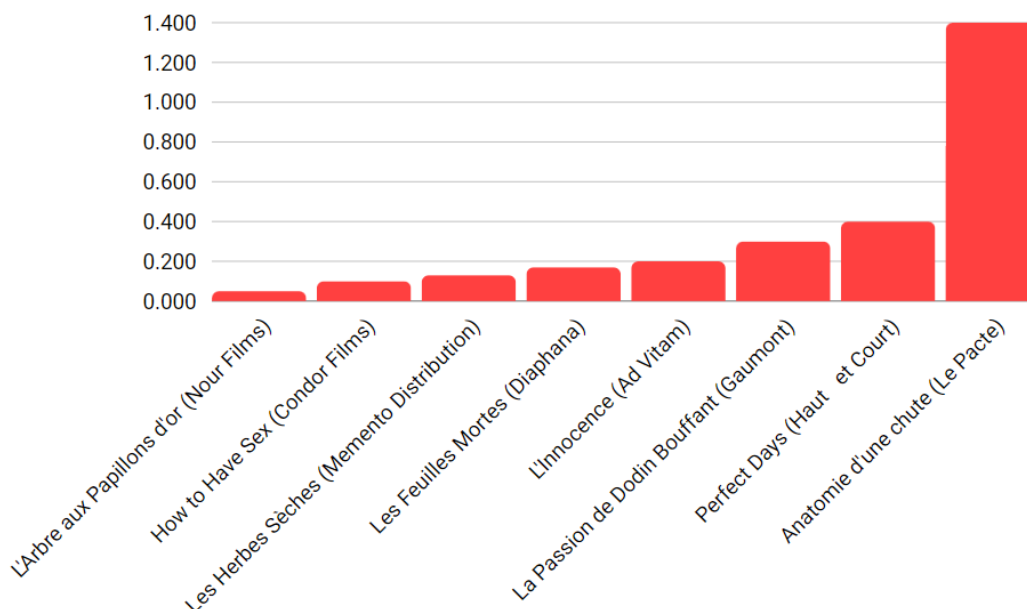
Monster, Sakamoto Yuji

El Conde, Guillermo Calderon et Pablo Larraín

Sterben (Dying), Matthias Glasner

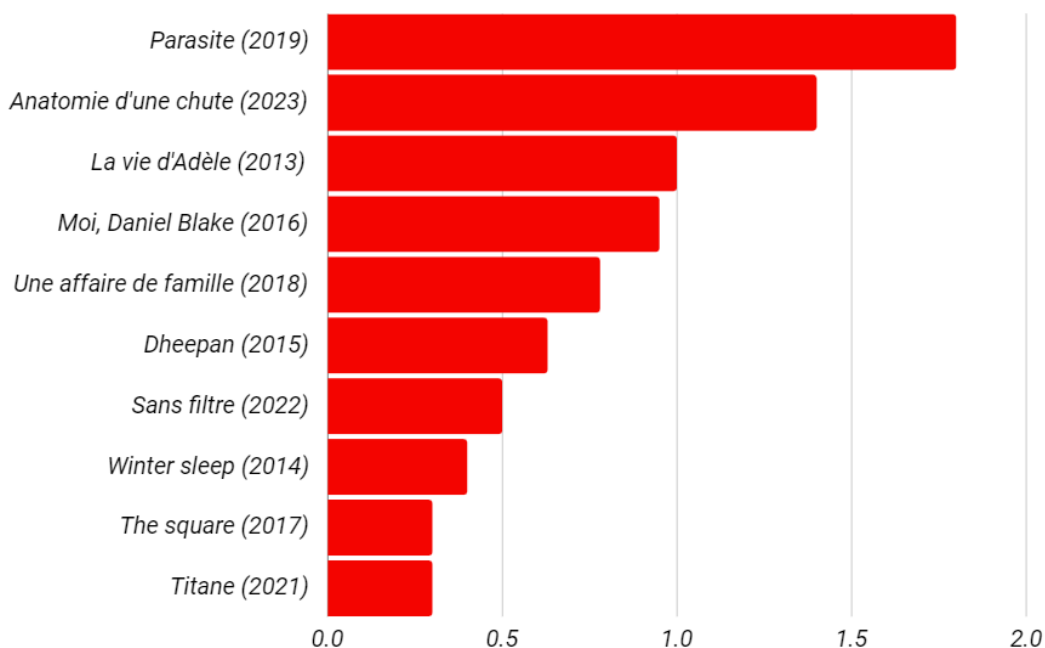
Les films primés à Cannes ont-ils rencontré leur public en salle ?

Répartition des entrées en France des films primés en 2023 En millions, au 20 février 2024



*Nota Bene : les dates de sortie de ces films sont très variables, et les chiffres présentés ci-dessus se fondent donc parfois sur une période d'exploitation courte. Également, un film récompensé n'est pas encore sorti à l'heure de la publication du Replay : Tiger Stripes d'Amanda Nell Eu, Grand Prix de la Semaine de la Critique, qui sort le 13 mars 2024.

Répartition des entrées des Palmes d'Or en France (2013-2023)



La moyenne d'entrées d'une Palme d'Or au cours de 10 dernières années :

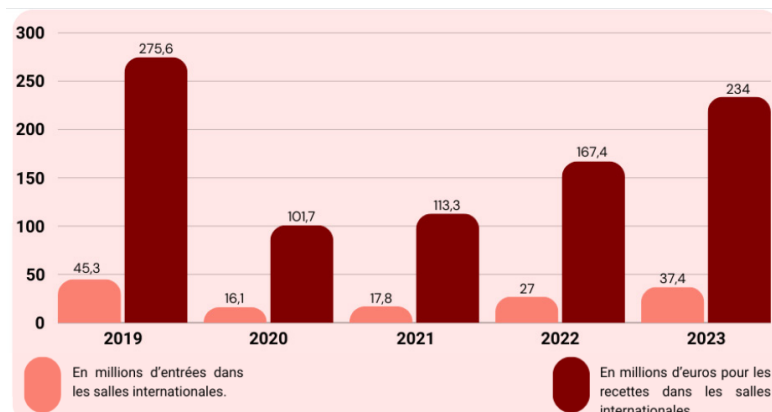
826 486 entrées

Le cinéma et l'audiovisuel français à l'international

cinéma

Dans les salles internationales

- **37,4 millions** de spectateurs.
- **234 millions d'euros** de recettes dans les salles étrangères.
- Par rapport à 2022, la **fréquentation** a augmenté de **+38,5%** et les recettes de **+37,8%**.



Le top des films français à l'international en 2023



Sur les plateformes SVOD

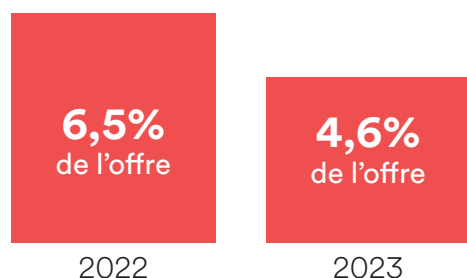
NETFLIX

prime video

Disney+

Paramount+

Pourcentage de films français dans l'offre des plateformes



Sur plus de 100 plateformes internationales



Les genres qui performent à l'export

En 2023, les **films français d'animation sont champions** dans les salles à l'international. Et les autres genres ?

ANIMATION

COMEDIE, COMEDIE DRAMATIQUE

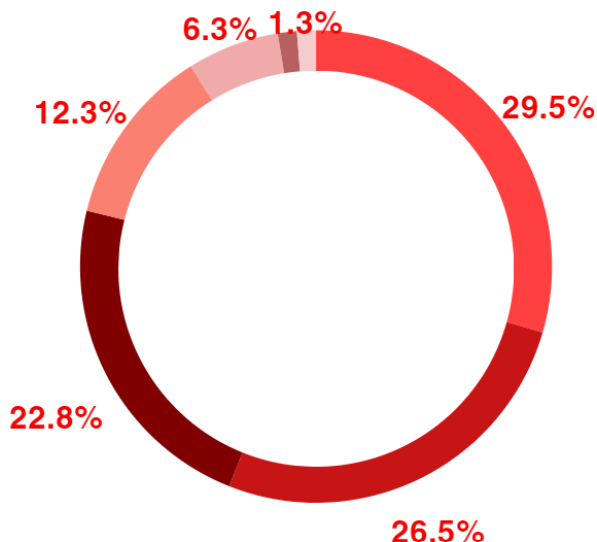
DRAME

AVENTURE, POLICIER, THRILLER

BIOPIC, GUERRE, HISTOIRE

DOCUMENTAIRE

FANTASTIQUE, HORREUR, SCIENCE-FICTION

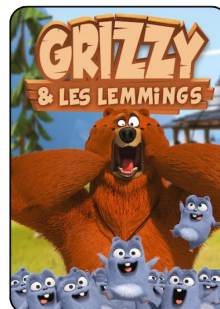


La **comédie française** plaît également beaucoup à l'international, ainsi que les films **d'aventure et thriller**, comme certains films d'auteurs et de genres.

Les films de **science-fiction**, les films **fantastiques** et les **documentaires** font partie des genres s'exportant le moins.

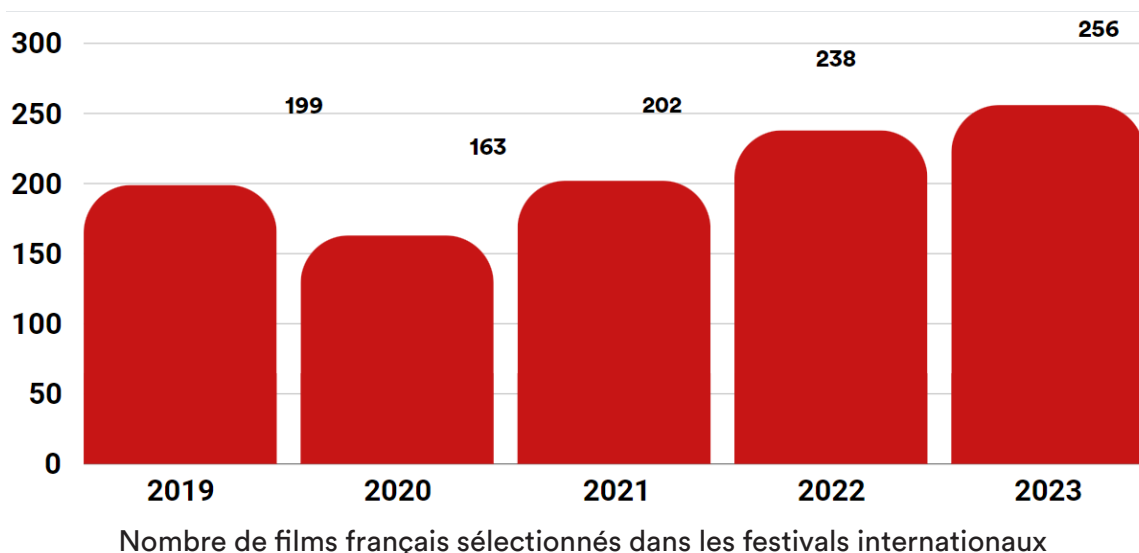
Le succès de certaines séries et programmes TV

Trois programmes télé français ont particulièrement marqué l'international cette année : **Profilage**, la série TF1, **Des gens bien ordinaires**, série diffusée sur Canal +, et **Grizzly et les lemmings**, série animée de France TV.



Les films français en festivals

En 2023, **256 films français** ont été **sélectionnés** dans les **10 plus grands festivals** internationaux (BAFICI, Berlinale, Venise, Busan, Cannes, Sundance, Locarno, San Sebastian, Rotterdam, Toronto).



Le plus grand festival de courts-métrages au monde en difficulté

cinéma

Baisse des subventions au festival de Clermont-Ferrand

En mai 2023, la région Auvergne-Rhône-Alpes a décidé de **réduire de moitié les subventions** allouées au Festival international du court métrage de Clermont-Ferrand. Cette annonce a suscité de nombreuses réactions et **protestations** dans le milieu de la culture et du cinéma.

210 000€



110 000€

Pourtant, le festival est l'un des plus importants de France



Le président de l'association organisatrice **Sauve qui peut le court métrage**, Eric Roux, estime que cette baisse pourrait **menacer l'écosystème du court métrage et l'avenir du festival**, déjà fragilisé par la pandémie. Pour faire face à ces difficultés associées à la hausse des charges du fait de l'inflation, le festival a **adapté** son organisation pour l'édition 2024, en comparaison avec l'année d'avant :



Le prix des billets



Le nombre d'inscrits



Le nombre de programmes pour la sélection nationale



Le nombre de programmes pour la sélection internationale

Malgré ces difficultés, le festival reste un événement incontournable au sein des compétitions de films courts.

Décryptage du phénomène de l'année : « Barbenheimer »



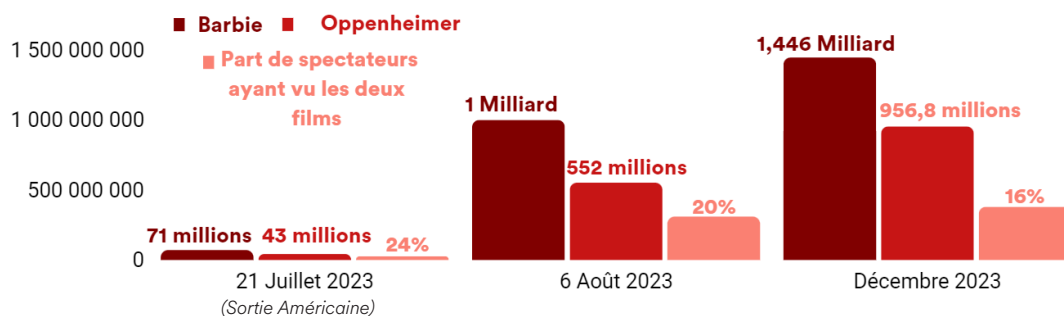
Les prémisses de Barbenheimer : Une séparation Hollywoodienne

En 2020, Warner a annoncé des sorties simultanées sur sa plateforme de streaming HBO, afin de relancer l'économie du cinéma après le Covid. Cette démarche vivement critiquée a coûté à Warner le départ de Christopher Nolan, qui a choisi de se tourner vers Universal après pas moins de vingt ans de collaboration. Comble pour Nolan, Warner a sorti Barbie le **21 juillet 2023**, aux Etats-Unis, en contre-programmation de la sortie d'Oppenheimer prévue par Universal ce jour-ci.

Box-Office de Barbie et Oppenheimer

Recettes en dollars

2 000 000 000



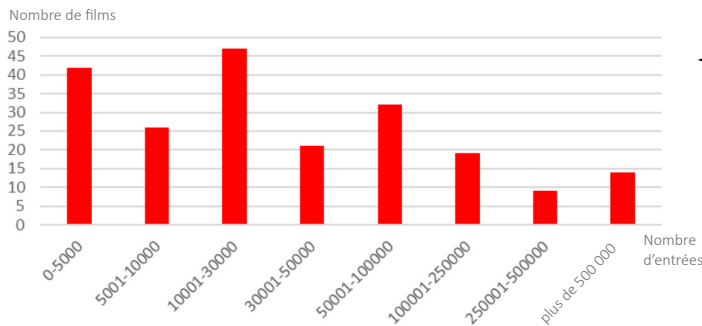
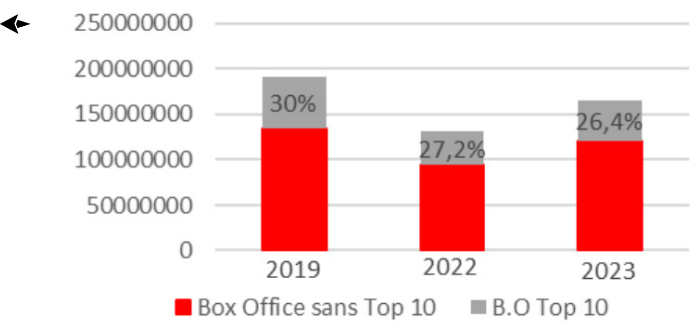
La revanche du User-Generated-Content

- Le terme Barbenheimer est apparu en **avril 2023**, dans un tweet du journaliste Matt Neglia.
- Les réseaux sociaux ont propulsé ce phénomène en réalisant des **affiches du film fictif** Barbenheimer lors de l'annonce de la date de sortie.
- Une **trend TikTok** consistant à se filmer avec une tenue mêlant les esthétiques des deux films, incitant à aller voir les deux films la même journée.
- Une **hausse de 33,3 % de la fréquentation des salles** françaises par rapport à juillet 2022.

Surfant sur le phénomène, la société de production indépendante Full Moon Features a annoncé le développement d'un long-métrage intitulé « Barbenheimer », dont la sortie est prévue pour 2024.

Répartition des entrées au cinéma

L'objet de cette étude est de rendre compte de la **volatilité** et la **concentration des films en salles**. Ici, la volatilité est définie par un indicateur de la dispersion des entrées (l'écart type) par rapport à une moyenne sur une période de temps donnée. En 2023, les **10 films** avec la plus grande fréquentation **représentaient 26% des entrées en salles**.



La concentration du nombre d'entrées des premiers films se fait en dessous des **30 000 entrées** puisque **54%** des premiers films ne dépassent pas ce chiffre.

➔ Répartition du nombre d'entrées d'un premier film en France

PREMIERS	2019	2022	2023
Nombre	255	209	210
Moyenne	142 485	91 755	142 523
Ecart type	421 756	227 344	572 989

En 2023, le coefficient de variation des premiers films atteint **400%** en raison des franchises comme premiers films au cinéma.

FILMS	2019	2022	2023
Nombre	532	548	512
Moyenne	360 727	238 878	322 373
Ecart type	949 278	585 670	742 955

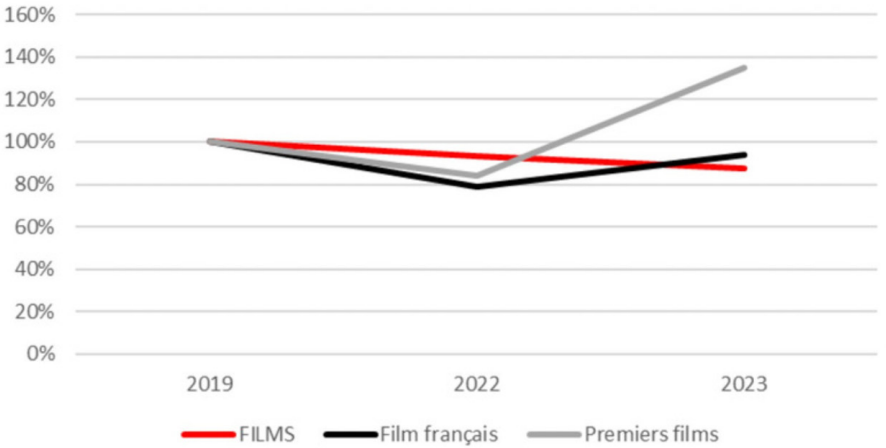
FRANÇAIS	2019	2022	2023
Nombre	249	261	248
Moyenne	260 980	206 242	260 139
Ecart type	591 908	374 260	556 438

1 film sur 2 fait plus de 100 000 entrées en 2023.

Indice de volatilité des films, base 100 en 2019

De 2019 à 2023 , la **volatilité des premiers films augmente** tandis que celle des **films français stagne**.

La **volatilité globale diminue** légèrement s'expliquant par l'influence des films américains concentrant les entrées en salles.



Transversal

Transversal

Le **23 janvier 2023**, l'Année du documentaire est lancée au FIPADOC. Cette initiative de la **Cinémathèque du documentaire** et de la **Scam** est portée par le **CNC**. C'est l'occasion de faire un état des lieux du marché du documentaire en France.

En 2023, **95% des français regardent des documentaires**, dont 47% régulièrement. Ce genre représente 20,3% de l'ensemble des films sortis en salle et 7,7 % de l'offre de programmes de l'ensemble des chaînes nationales gratuites en 2022.

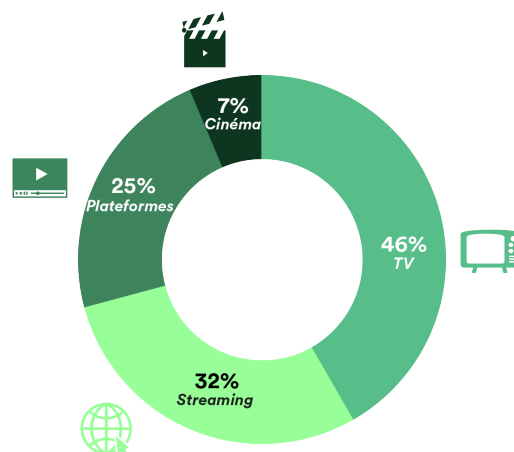
Points clés

La **télévision** est le canal privilégié pour regarder des documentaires.



- **18,4 %** de l'offre française disponible sur les plateformes SVOD dans le monde en 2023
- **+0,8%** par rapport à 2022
- 46,4% de cette offre française a plus de 10 ans.

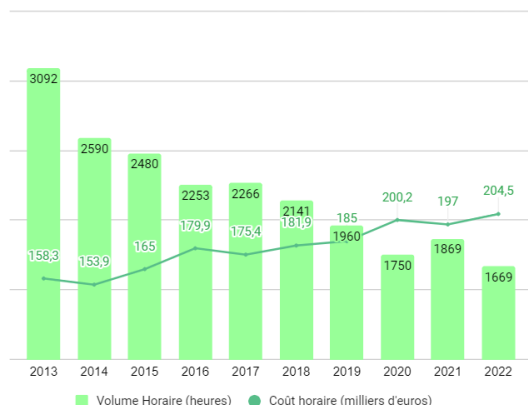
Où les français regardent-ils des documentaires?



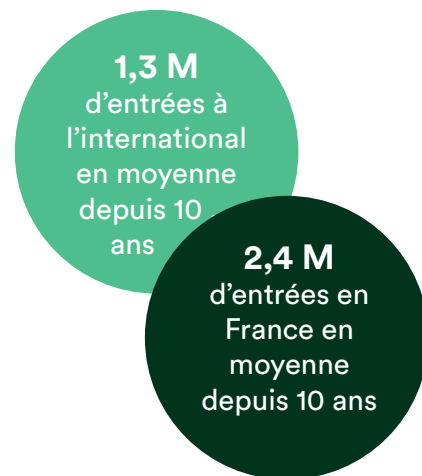
Chez le public jeune (4-25ans), **Netflix et Youtube** sont des références majeures. De plus, ces derniers visionnent **28% de documentaires sur leurs téléphones** et préfèrent **internet et le streaming**. Ils ont une définition plus large du documentaire, qui peut inclure les reportages et la télé-réalité.

Depuis 10 ans...

Volume et Coût horaire du documentaire aidé par le CNC



En 2022, le documentaire est **toujours le genre le plus aidé du CNC** en volume horaire, volume qui atteint son niveau le plus bas depuis 10 ans (-46% depuis 2013). Toutefois le coût horaire augmente chaque année (+29% entre 2013 et 2022).



Ce constat est remis en perspective par la **précarité** du milieu documentaire. En effet, les **budgets** des films documentaires restent en moyenne **sept fois inférieurs** à ceux de la fiction et en vingt ans le revenu réel des cinéastes a **diminué de 15%**.

Le point sur les violences sexistes et sexuelles

transversal

Dans les médias

Depuis le mouvement #MeToo et la libération de la parole qui s'en est suivie, les allégations de **violences sexistes et sexuelles** visant des personnalités phares du petit écran se sont multipliées. Cette année encore, **plusieurs animateurs télé font l'objet d'accusations graves**.

→ Dans une enquête de *Voici*, des collaboratrices révèlent avoir été la cible « **de colères terrifiantes et d'humiliations** » de la part de l'animateur.

→ En réaction, Denis Brogniart présente des **excuses publiques**.

→ TF1 fait le choix de le **maintenir à l'antenne**, le directeur de l'information de TF1 ayant considéré que "l'incident était clos".



Denis Brogniart



Stéphane Plaza

→ Une enquête dévoilant les témoignages de trois anciennes compagnes accuse l'animateur de **violences conjugales**.

→ M6 décide de **ne déprogrammer aucune de ses émissions** et maintient la soirée spéciale dédiée à l'animateur.

→ Le patron du groupe M6 affirme que les enquêtes internes "**n'ont donné aucun élément qui justifierait une sanction**".

→ Vincent Cerutti est **mis en examen pour des faits d'agressions sexuelles** survenus en 2015.

→ Le présentateur **admet les faits qui lui sont reprochés** mais nie avoir agressé sexuellement la plaignante.

→ Le lendemain, Vincent Cerutti **est de retour à la tête de la matinale de M Radio**.



Vincent Cerutti



Sébastien Cauet

→ Quatre plaintes visant l'animateur ont été déposées pour **viol (dont un viol sur mineure) et/ou agressions sexuelles** entre novembre et décembre.

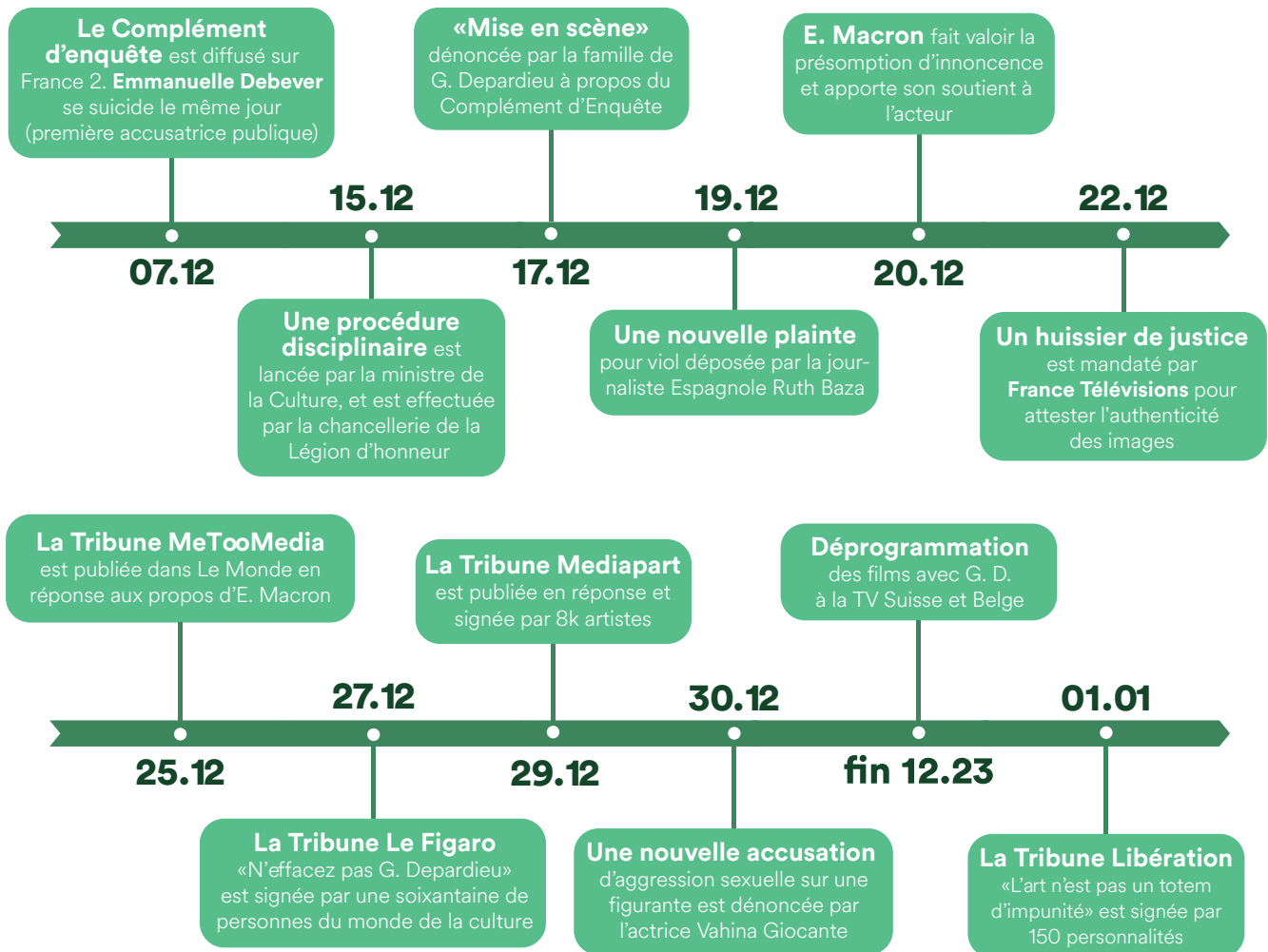
→ Sébastien Cauet est alors **provisoirement retiré de l'antenne de NRJ**.

→ L'animateur finit par saisir le tribunal **demandant son retour à la radio**.

Au cinéma : Gérard Depardieu, l'affaire qui a déchiré le monde de la culture

Tout commence en **avril 2023**, lorsque Médiapart révèle de nombreux témoignages accusant l'acteur de violences sexuelles sur le tournage de onze films sortis entre 2004 et 2022. En **décembre 2023**, la diffusion d'un reportage dans le magazine **Complément d'Enquête** donne une ampleur significative à l'affaire Depardieu, initiée par les accusations de viol et de harcèlement sexuel de la comédienne Charlotte Arnould en 2018.

Chronologie des événements de décembre 2023



Succès d'audiences pour **Complément d'Enquête**



1,52M de téléspectateurs à partir de 23h

723k téléspectateurs supplémentaires en rattrapage en une semaine

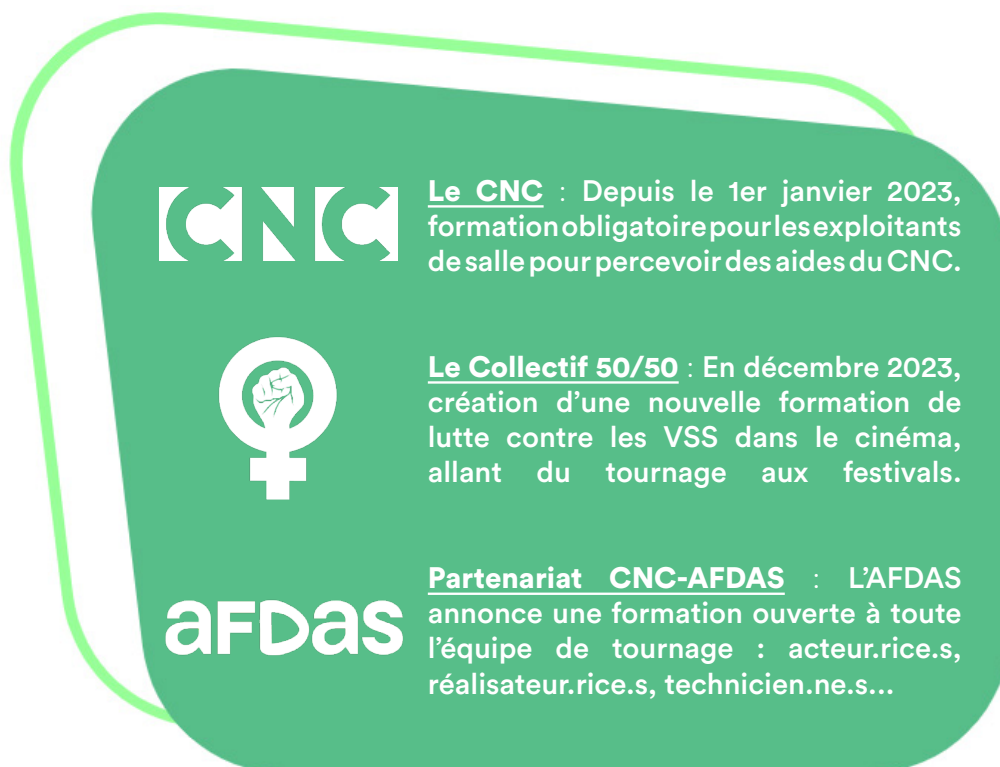
18,5% du public devant sa télévision

13,3% des Femmes responsables des achats de moins de cinquante ans (FRDA-50)

3^e meilleure audience du magazine d'information

Les nouveaux outils de lutte contre les violences sexistes et sexuelles au cinéma

Depuis le mouvement #MeToo, certains acteurs du milieu cinématographique cherchent à renverser le rapport aux victimes et agresseurs notamment par la mise en place de formations permettant de prévenir la survenue de VSS (Violences Sexistes et Sexuelles), en particulier en 2023 :



CNC Le CNC : Depuis le 1er janvier 2023, formation obligatoire pour les exploitants de salle pour percevoir des aides du CNC.

 Le Collectif 50/50 : En décembre 2023, création d'une nouvelle formation de lutte contre les VSS dans le cinéma, allant du tournage aux festivals.

AFDAS Partenariat CNC-AFDAS : L'AFDAS annonce une formation ouverte à toute l'équipe de tournage : acteur.rice.s, réalisateur.rice.s, technicien.ne.s...

Au-delà des formations aux VSS, il faut souligner l'apparition progressive des **coordinateurs d'intimité** sur les tournages, rôle également évoqué lors des 5e assises du Collectif 50/50 en décembre 2023.



Les coordinateurs d'intimité s'assurent du respect, du consentement et des limites des acteurs, en particulier lors de scènes d'actes sexuels.

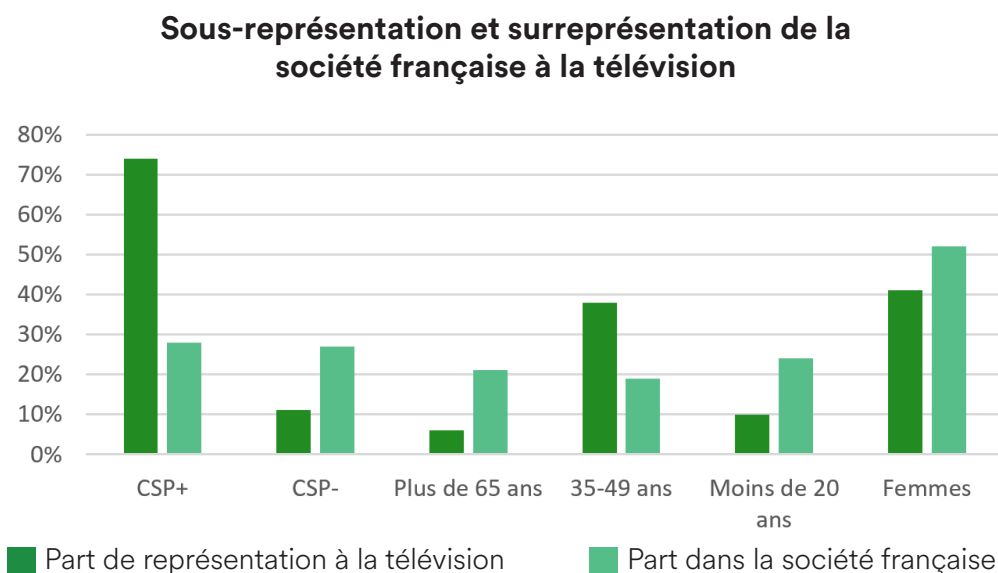


Lors de l'assemblée du collectif, il a été pointé du doigt que tous les pays commencent à agir pour avoir plus de coordinateurs d'intimité sur les tournages pour lutter contre les VSS sauf la France qui reste réticente.

Les médias : miroir déformant de la société française ?

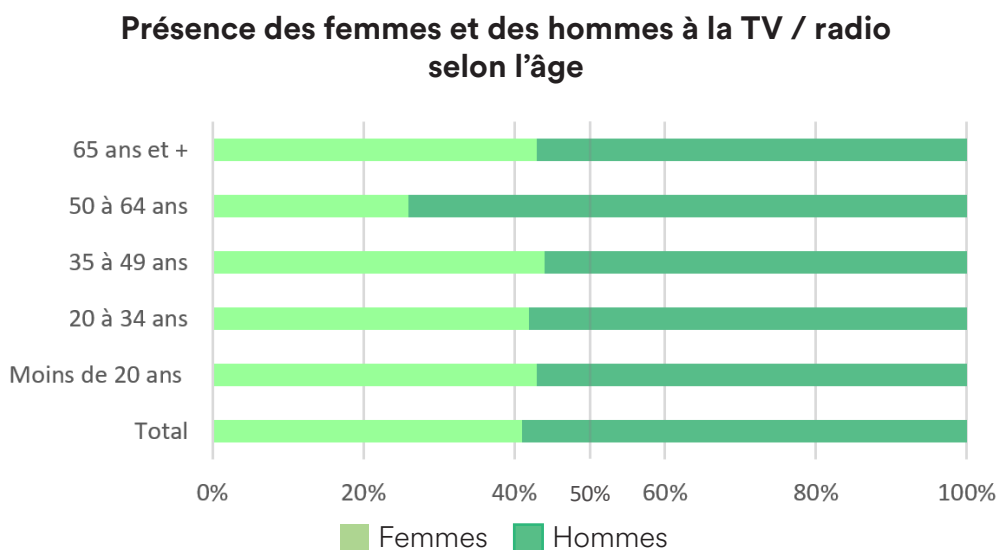
La représentation de la société française dans les médias

Les données ci-dessous sont issues du visionnage de 2700 programmes diffusés sur 19 chaînes de télévision par l'ARCOM.



Les femmes à la TV et en radio en 2023

La **présence des femmes est en hausse** (44% contre 41 en 2019) mais **leur temps de parole stagne** (36%). L'étude note également que les femmes sont **sous représentées aux heures de fortes audiences** (-5 points entre 18h et 23h par rapport au reste de la programmation), ainsi que sur les sujets politiques et sportifs.

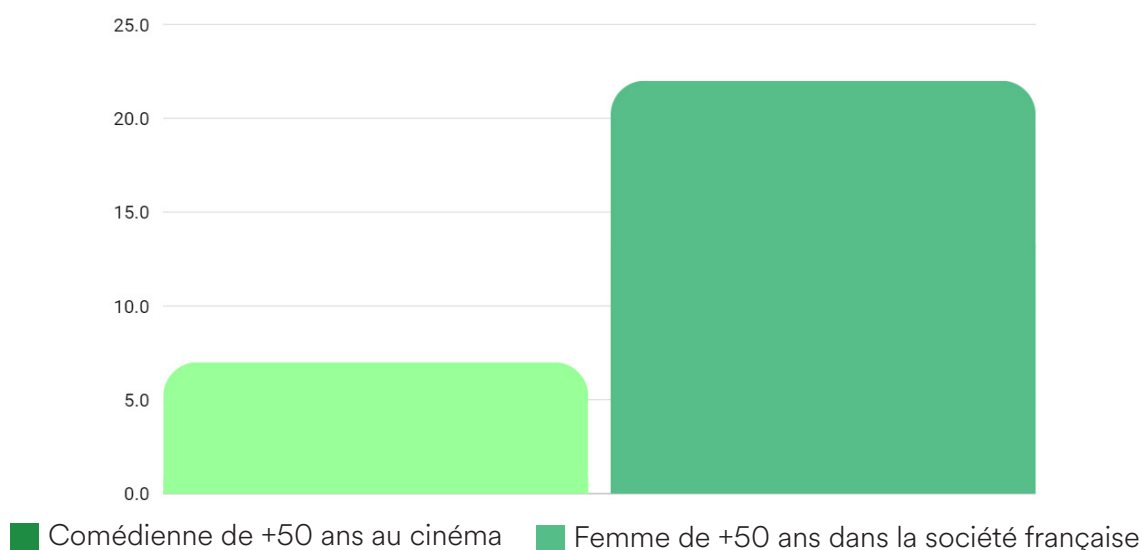


La place des femmes de plus de 50 ans dans le cinéma français

Les actrices françaises sont de plus en plus nombreuses face à leurs homologues masculins. Cette évolution est à nuancer face à un âgeisme persistant.

Définition : L'âgeisme, notamment au cinéma, consiste en une discrimination basée sur l'âge par une faible visibilité des personnes âgées dans les productions.

Sous-représentation des femmes de plus de 50 ans au cinéma



Cette uniformisation des rôles pour les actrices diffuse une représentation caricaturale de la femme. Parmi les récents films du Box-Office français on peut citer **Astérix et Obélix : L'Empire du Milieu (2023)** dans lequel les femmes revêtent des rôles de « femmes de pouvoir » ou « mentor ». De même dans les deux films **Les Trois Mousquetaires : D'Artagnan (2023)** et **Les Trois Mousquetaires : Milady (2023)**, le personnage féminin principal est une éternelle séductrice sous l'emprise de ses émotions. La seule exception du Box-Office français est celle de **Anatomie d'une chute (2023)** qui casse quelque peu les normes avec de nombreux personnages féminins qui restent cependant tous sous la barre des 50 ans.

Les rôles de femmes de plus de 50 ans forment une galerie de portraits qui répondent à trois types de rôles sociaux :



Mères de famille



Femmes de pouvoir



Mentors



Sources : CNC, L'Humanité, FranceTV Info, Collectif5050, Le Lab Femmes de Cinéma, AAFA

En 2023, il y a eu beaucoup de mouvement parmi les professionnels de l'audiovisuel français. Voici leur nouveau poste !



Arte France

Marianne Lévy-Leblond
Directrice de l'Unité Créations
Numériques



Adami

Xavier Lardoux
Directeur général



Banijay France

Alexia Laroche-Joubert
PDG



Canal +

Marylise Oger
Directrice Digital France



Canal +

Bruno Rodrigues
Directeur Digital Sport &
Contenus Digitaux



CNC

Pauline Augrain
Directrice du numérique



CNC

Rafaële Garcia
Directrice adjointe du cinéma



CNC

Amélie Leenhardt
Directrice de l'audiovisuel



CNC

Arnaud Roland
Directeur adj. numérique



CEEA

Vincent Leclercq
Président



France Inter

Marc Fauvelle
Directeur de l'information



Francetv distrib.

Alexandre René
Responsable pôle Ventes inter.
cinéma



Francetv Studio

Gaël Chabot
Directeur général délégué



Francetv Studio

Laurence Schwob
Directrice du dev. groupe



France Télévisions

Deborah Cohen-Bellaïche
Directrice des acquisitions



France Télévisions

Gilles Monchy
Directeur de la Production



France Télévisions

Emmanuel Tourpe
Directeur des médias du pôle
Outre-mer



Federation Studio

Marco Chimenz
Co-directeur général



Galatée Films

Alexandra Macdonald
Directrice du département
audiovisuel



M6

Pascale Winkel
Directrice de la rédaction



Mandarin TV

Katia Raïs
Productrice



Netflix

Pauline Dauvin
Resp. des contenus France



Pyramide Distrib.

Anne-Cécile Rolland
Cheffe des acquisitions



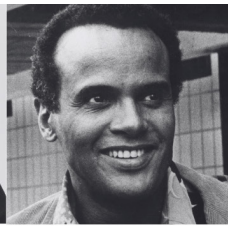
Red Prod. Company

Patrick Schweitzer
Directeur général

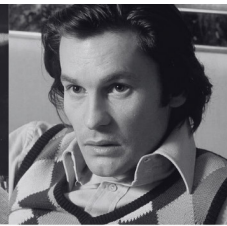
A l'international



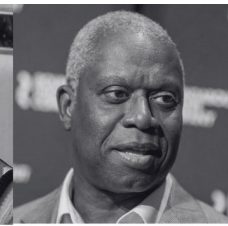
Kenneth Anger
Auteur et cinéaste



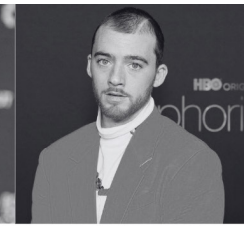
Harry Belafonte
Acteur



Helmut Berger
Acteur



Andre Braugher
Acteur



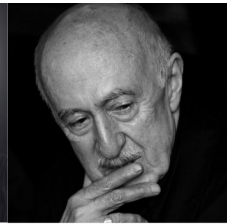
Angus Cloud
Acteur



Terence Davies
Cinéaste



William Friedkin
Cinéaste



Otar Iosseliani
Cinéaste



Glenda Jackson
Actrice



Lee Sun-Kyun
Acteur



Ryan O'Neal
Acteur



Matthew Perry
Acteur



Ryuichi Sakamoto
Compositeur



Carlos Saura
Cinéaste



Raquel Welch
Actrice



Jane Birkin
Actrice



Bernard Chardère
Critique



Michel Ciment
Critique



Michel Cordes
Acteur



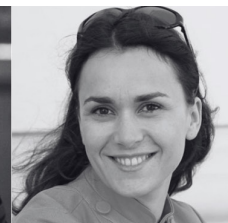
Emmanuelle Debever
Actrice



Michelle Deville
Cinéaste



M.P. Duhamel-Muller
Programmatrice



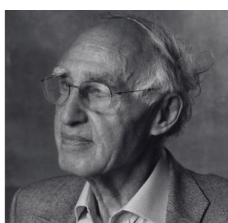
Eléonore Faucher
Cinéaste



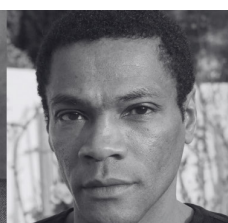
Sophie Fillières
Cinéaste



Marion Game
Actrice



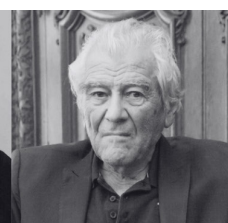
Nicolas Gessner
Acteur



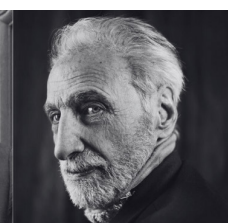
Adama Niane
Acteur



Hengameh Panahi
Exportatrice, prod.



Jacques Rozier
Cinéaste



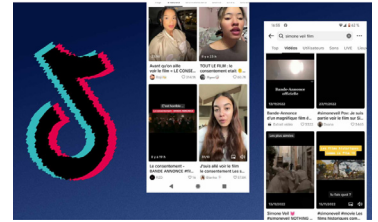
Paul Vecchiali
Cinéaste

Francophonie

LES TOP 👍

TikTok booste le film *Le consentement*

Le film *Le consentement* a connu une **hausse de 40%** des projections la deuxième semaine et **70% la troisième** grâce à une **trend TikTok** incitant les utilisateurs à se filmer avant et après la projection du film, exprimant une transformation émotionnelle.



Le GP Explorer 2 explose les records

Le GP Explorer 2 bat son propre record avec sa nouvelle édition qui a atteint un pic record de visionnage de plus de **1,3 million de spectateurs**. Au total, le live a cumulé plus de **20 million de vues**, établissant ainsi un record absolu pour le Twitch français.

Carton plein pour Raphaël Quenard

Nommé notamment aux César pour meilleur acteur dans *Yannick* de Quentin Dupieux et meilleur court-métrage documentaire pour son film qu'il a coréalisé avec Hugo David (*L'Acteur*), il a remporté finalement son premier César Vendredi 23 Février en tant que **révélation masculine** dans le film *Chien de la casse* de Jean-Baptiste Durand.



LES FLOP 👎

Adieu Skyblog !

Skyblog, ferme ses portes après 21 ans d'existence, en raison des **réglementations européennes sur la protection des données personnelles**. L'arrivée de Facebook en France avait déjà marqué la fin de l'ère Skyblog, soulignant le rôle pionnier de la plateforme dans la création d'un mode de communication et d'échange collectif.



La fin de l'aventure Salto

SALTO

Le «Netflix à la française» a **fermé ses portes** après moins de trois ans d'existence. La fusion avortée entre TF1 et M6 et la domination écrasante de services comme Netflix et Disney+ ont également précipité sa chute. Cette fermeture souligne les **défis colossaux du marché du streaming** et met en lumière les difficultés des initiatives françaises à rivaliser dans un paysage audiovisuel de plus en plus mondialisé.

L'échec du Métaverse

Les projets de Meta, comme Horizon Worlds, évalué à 13 milliards de dollars, ont échoué avec seulement 200 000 utilisateurs mensuels, comparés aux 67 millions de Roblox. **Coincé entre le télétravail et les jeux vidéo**, le Métaverse de Meta n'a pas trouvé son public. La **chute des NFT** et **l'avènement de l'IA générative** ont aussi contribué à cet échec.



Ce Replay a été rédigé par l'ensemble de la promotion 2024 du Master 2 Digital Médias Cinéma de l'Université Paris I Panthéon-Sorbonne

Qu'est-ce que le master DMC ?

Le **Master 2 « Digital, Médias & Cinéma »** fait figure d'exception dans le paysage des masters universitaires par son projet pédagogique et son mode de fonctionnement. Les étudiants y sont en contact direct tout d'abord avec le monde professionnel, une grande partie des cours étant confiée à des producteurs, distributeurs, cadres dirigeants et/ou innovateurs du monde du digital, des médias et du cinéma.

Nous souhaitons remercier chaleureusement toutes les personnes intervenues cette année dans le Master !

Les intervenants

Christopher Agustin-Grün, Directeur des achats, Bouygues Telecom
Roxane Arnold, Directrice de la distribution, Pyramide
Aurelio Ayala, Professeur certifié en langues et littérature anglaises et anglo-saxonne, Université Paris I
Saïd Ben Saïd, Producteur, Fondateur de SBS Production et SBS Distribution
Sébastien Beffa, Associé et Co-directeur général, Playtime
Sylvain Bethenod, PDG de Vertigo Research
Charlotte Boisson, Co-fondatrice de Luckytime
Yannick Bossenmeyer, Co-fondatrice de Logical Pictures Group et Cascade8
Kati Bremme, Directrice de l'Innovation, France Télévisions
Iris Bucher, Productrice et Directrice générale, Quad Drama
Sarah Chazelle, Présidente, Directrice générale de Jour2Fête
Damien Couvreur, Directeur des séries originales France, Netflix
Sarah Egry, Directrice administrative et financière, Agat Films
Arthur Harari, Réalisateur et Scénariste
Pascale Issartel, Conservatrice Générale au ministère de la Culture
Tahereh Khazrai, Directrice Générale, Cofinova
Taisiya Krugovykh, Réalisatrice et Vidéaste
Jean Labadie, Fondateur et Directeur du Pacte
Alexia Laroche-Joubert, PDG de Banijay France
Florestan La Torre, Responsable éditorial Cinéma Jeunesse, OCS
Ludovic Lecomte, Directeur de Perpetual
Alexandre Michelin, Fondateur de KIF
Mathieu Molinero, co-fondateur et CRO, Envoy
Cédric Monnerie, Avocat à la cour, Co-fondateur du cabinet Intervista
Paloma Moritz, Journaliste, Blast
Etienne Ollagnier, Président, Directeur général de Jour2Fête
Albino Pedroia, Directeur associé, Lab Radio

Constance Poubelle, Exportatrice internationale Senior chez Indie Sales Company
Pierre Rasamoela, Directeur Général Adjoint, Orange Studio
Gilles Renouard, Directeur général adjoint, UniFrance
Simon Rey, Agent artistique, Films Talents
Hélène Saillon, Directrice adjointe fiction internationale, France TV
Agnès Schmouker, Directrice administrative et financière chez Son et Lumière, Productrice chez Poly Films
Denis Sneguirev, Auteur et Réalisateur de documentaire
Asmahane Souissi, Chief Digital Officer chez l'Obs
Virginia Subramaniam, Productrice de documentaire chez Bachibouzouk et Les Poissons Volants
Ania Szczepanska, Maîtresse de conférences, Université Paris I
Sophie Taïeb, Directrice du Développement, Memorist Heritage
Christian Valsamidis, Avocat à la cour de Paris
Gégory Weill, Agent artistique, Adéquat

La direction du Master

Nicolas Brigaud-Robert, Professeur associé, Université Paris I - Exportateur international et Producteur, Playtime
Stéphane Goudet, Maître de conférences, Université Paris I - Directeur artistique, Cinéma Le Méliès de Montreuil
Cyril Barthet, Coordinateur pédagogique - Co-fondateur d'Exoset

L'ANNÉE DES MÉDIAS

MASTER DMC Digital Médias Cinéma



Le Master 2 Professionnel « Digital, Médias, Cinéma » (DMC), ex- « Cinéma, Télévision et Nouveaux Médias », forme chaque année des étudiants à devenir de vrais spécialistes des médias, opérationnels dès leur sortie du diplôme pour les métiers de la production, de la distribution, des ventes internationales, de la programmation, du management de l'audiovisuel, du cinéma et de leurs mutations digitales. Une vingtaine d'étudiants sont choisis chaque année sur plus de 400 candidats. Il est co-dirigé par Nicolas Brigaud-Robert (docteur en sociologie des médias & dirigeant-fondateur de Playtime, anciennement « Films Distribution ») et Stéphane Goudet (docteur et maître de conférences en Histoire du Cinéma, critique et directeur artistique du cinéma Le Méliès à Montreuil), avec le soutien inestimable de Cyril Barthet (fondateur de Vodkaster et de Exoset). Nous remercions particulièrement Jérôme Chouraqui, président du MédiaClub, association de référence des professionnels de l'audiovisuel, qui est un partenaire crucial du Master DMC. Le Master bénéficie chaque année de l'intervention de nombreux professionnels prestigieux, mus par le désir de transmettre leur passion des médias et des contenus.

Replay réalisé par :

Les chefs de rubrique : Elisa Combes, Ambre Courtin et Léo Delourme

Les graphistes : Laura Berthillon, Chloé Nouel et Nicolas-Diaz Salmeron

Le rédacteur en chef : Hussein Akbaraly

...et l'ensemble de la promotion 2024 !

www.master-dmc.fr



facebook.com/Master2pro



twitter.com/master2dmc



linkedin.com/school/25168949/



youtube.com/Master2pro



instagram.com/master2dmc/



Paris 1 Panthéon-Sorbonne



MédiaClub