



Quelques heures à NY...dans le cadre d'une conférence Media et Telecom mi-septembre 2019.

A retenir :

- **Abandon du câble par les clients** (« cord cutting ») et nouvelles offres de streaming rebattent les cartes, notamment au profit des producteurs de contenus,
- **L'arrivée de la 5G** et la lisibilité et le rendement des titres relancent l'intérêt pour les acteurs des Telecoms,
- Les Millennials (nés entre 1980 et 2000) **veulent de l'expérience**. Cinémas et concerts vivent une époque dorée,
- L'éventualité d'une **future récession** est dans tous les esprits !

C'était notre deuxième présence à la convention annuelle Media et Telecom de Goldman Sachs à New York et nous avons été surpris par l'ampleur du **succès de l'événement** cette année. Salles combles, événement allongé sur 3 jours, on se presse à cette conférence dans un contexte il est vrai particulièrement riche en actualités, avec entre autres un monde des médias bousculé par les offres de streaming et des valeurs Telecom en plein déploiement de la 5G.

Streaming : des cartes qui se rebattent

La consommation de contenu vidéo est en pleine mutation. De fait, la première source de vidéo pour les Millennials (nés entre 1980 et 2000) est devenu le mobile pour 29%, devant le PC 21% et la TV n'est la première source que pour 19% des sondés. Le streaming, c'est d'ores et déjà une vidéo par jour minimum consommée pour 50% de la population US et 67% chez les Millennials.

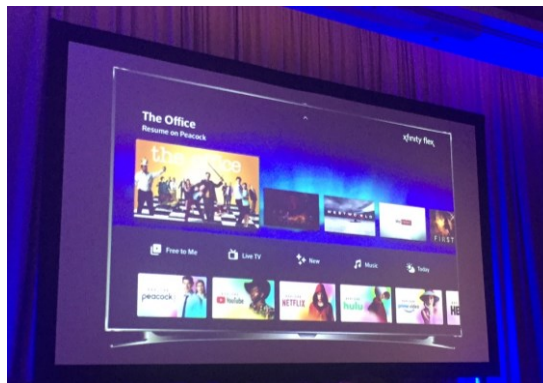
Dans le domaine du streaming payant ou SVOD (Subscription Video On Demand) **tout le monde attend l'offre de streaming de Disney** « Disney+ » avec son catalogue unique (Disney, Marvel, ESPN...). L'arrivée du géant de Burbank met la pression sur Netflix et devrait accélérer

le phénomène actuel du « cord cutting » (abandon du câble). **AT&T Warner** affute ses armes avec son offre **HBO Max**.

Il n'y aura pas de place pour tout le monde à un moment où les américains sondés avouent souhaiter plafonner leurs futurs abonnements payants à 3 à 4 services. Dans ce contexte, Comcast prépare une offre de streaming gratuit en AVOD (AVOD : Advertisement based Video On Demand) NBCU. Le secteur est en ébullition !

La guerre pour le contenu fait rage

Après avoir perdu les séries culte Friends et The Office, Netflix vient de racheter aux enchères les droits de Seinfeld pour un montant « secret » mais qui dépasserait les 500 Mios d'USD pour 5 ans. Il faut dire que les vieux programmes attirent énormément (Friends était un must de Netflix) et que l'abonnement à un service de SVOD (Subscription Video On Demand) est principalement guidé par les contenus attractifs. Bref **on ne s'abonne pas à Netflix pour Netflix, on s'abonne à Netflix pour la série Stranger Things**, on va chercher Game Of Thrones chez HBO etc...



Cette course aux contenus scénarisés (films et séries) laisse pourtant de la place à des acteurs comme Discovery et ses offres destinées au public féminin, ses documentaires animaliers, ses chaînes de cuisine, de Golf, de « Do It Yourself » et dont les chiffres sont extrêmement robustes.

Cinéma, concerts : le public veut de l'expérience

Les opérateurs de cinéma sont heureux. Il est vrai que **2018 a battu tous les records** d'entrées avec des hits parfois inattendus comme Black Panther. 2019 devrait marquer une légère contraction mais le CEO de Cinemark expose une belle courbe des entrées à long terme : quelles que soient les nouvelles technologies (VHS, DVD, Streaming), ou les récessions, le cinéma continue sa progression dans le temps. Les Millennials sont attirés par un des rares

spectacles à moins de 10 USD où l'on peut aller en groupe. Les sorties à venir sont prometteuses et les nouvelles technologies (type IMAX) améliorent fortement l'expérience en salle. A noter : la croissance forte de la consommation chinoise de cinéma avec des œuvres américaines et locales.



Les Millennials apprécient les spectacles live (une génération avide d'expérience). Tant mieux car avec le streaming les artistes ont besoin de tourner pour remplir des caisses asséchées par des revenus plus faibles. Les festivals, toujours plus nombreux, font le plein et les réservations de spectacle ont lieu de plus en plus tôt, **nous vivons de fait un « âge d'or » du Live Event** !? Sous l'impulsion d'acteurs comme Ticketmaster, les systèmes de billetterie évoluent avec une sophistication des prestations de tickets électroniques dans un pays où la revente en ligne a fait

l'objet d'abus à grande échelle.

Les investisseurs se ruent sur les opérateurs télécoms,

Arrivée de la 5G ou recherche de valeurs de rendement, AT&T, T-Mobile ou Verizon font salle comble. Les approches stratégiques divergent : AT&T prône le couplage offre telecom et contenu avec Warner et HBO, Verizon mise sur une offre avancée en matière de 5G et ouverte à tous les contenus. La fusion T-Mobile Sprint qui reste encore à approuver et la tentative de rachat par Dish du business « prepaid » de Sprint sont autant de mouvements de consolidation susceptibles de modifier significativement le paysage des opérateurs.



Sur la 5G, les opérateurs insistent sur les bénéfices liés à l'accélération des vitesses de transmission et de réaction à venir dans le domaine du grand public pour le streaming ou les jeux mais estiment aussi que le potentiel sur **les applications industrielles et l'internet des objets sont phénoménales.**

A un moment où l'avenir financier semble s'assombrir le message semble clair : investir dans le passage à la 5G certes mais en se désendettant et en n'oubliant pas de rendre cash aux actionnaires. **Finie la fuite en avant d'il**

y a quelques années.

Et pourtant, dans un pays où l'abonnement au mobile coûte très cher, la nouvelle offre d'Altice USA à 20 USD/ mois fait figure d'épouvantail, seulement voilà, le CEO ne nous paraît pas avoir d'autre stratégie que de casser le marché sans vision au-delà...un dossier à suivre de loin selon nous.

Le son, c'est bon !

Au-delà du streaming musical avec Apple Music ou Spotify, certains modèles radio se portent bien. Il en va ainsi de Sirius XM, service de radio payant sans publicité qui a vocation à prendre place dans toutes les voitures US. Pour rappel, **la consommation de radio, toute puissance de l'automobile US oblige, continue de progresser de façon régulière aux USA.**

Du côté de l'audio, le patron d'IheartMedia vante **l'incroyable essor récent des podcasts**. Les podcasts répondent à l'attente de diffusion de programmes de niche mais deviennent aussi « mainstream » en attirant par exemple des stars du cinéma comme Will Ferrell. Les radios traditionnelles viennent du reste prendre les meilleures idées des podcasts pour les diffuser sur les ondes... les temps changent !

Jeu vidéo : la qualité ou le chaos ?

Il est vrai que l'arrivée de jeux comme Fortnite a fortement bousculé les acteurs des jeux pour consoles et PC facturés en moyenne à 60 USD. De fait, les jeux mobiles continuent un beau parcours en atteste l'excellent redressement d'une affaire comme Zynga et ses jeux sur mobiles sous franchise ou marque propre.

Pour ce qui est des jeux pour PC/Console, **place à la qualité**. Take Two est un excellent exemple de l'attractivité des jeux et franchises à gros budget. Leur dernier hit Red Dead Redemption , a dépassé le milliard de dollar de ventes en une poignée de jours et ses franchises GTA et NBA2K font un malheur. Il y a donc de la place et de la demande à condition **d'offrir une qualité premium**. Et à la question de l'arrivée de nouvelles générations de consoles, une réponse: peu importe le support pourvu que le contenu soit bon.

Petit déjeuner avec le Directeur de la Stratégie d'une grande agence de pub de NY.

Le métier se meurt, les clients veulent du court terme, des clics, du ROI. « Nous avons trop gagné au détriment des clients » et certains business sont totalement disruptés : qui se rase encore tous les jours ? Imaginez l'impact pour Gillette ? Les patrons des agences se raccrochent à la créativité et veulent tous un prix au Festival (de la pub) de Cannes alors que les clients veulent de l'efficacité. Bref **il ne fait pas bon vivre au royaume des Mad Men**. Seul schéma rassurant rappelé lors de la conférence par le patron d'Interpublic (agence McCann entre autres) : Kraft Heinz a complètement arrêté la pub, ses ventes se sont effondrées...

Du côté des réseaux sociaux

Le jeune patron de Snap a le triomphe modeste. Après une année 2018 complexe, la plateforme voit ses volumes nettement augmenter trimestre après trimestre. Surtout, les annonceurs apprécient l'efficacité de Snapchat, la segmentation, le ROI...A un moment où les GAFAs sont challengés par divers régulateurs, la fraîcheur du discours d'Evan Spiegel est bien agréable et **Snapchat semble passer sous le radar des régulateurs...**pourvu qu'il ne soit pas trop copié comme cela a été le cas par le passé...

The R Word

Impossible de ne pas évoquer « the R word », cette **anticipation générale d'une future récession**. Les chiffres macro-économiques, robustes pourtant aux USA, se dégradent et l'ambiance politique est extrêmement pesante. Les CEO intervenants vantent presque tous la résilience de leur modèle en cas de récession et évoquent beaucoup le retour de cash aux actionnaires.

Cela fait par ailleurs 4 ans que nous assistons régulièrement à un meetup destiné aux startups BtoB. On ressent plus de réalisme/modestie dans les présentations et des CTO de grands groupes qui cherchent des solutions concrètes et plus abouties chez les startups. **L'exubérance des startups de la mi décennie semble bien derrière nous.**

Un déjeuner **avec une avocate spécialisée dans l'immobilier à NY** nous confirme que la tendance n'est : surabondance d'offre dans l'immobilier de luxe, restriction sur les permis de séjour des étrangers notamment Chinois , anticipation d'une éventuelle récession...les prix sont en baisse sur les appartements de luxe et le marché redonne le pouvoir à l'acheteur, certes il ne s'agit que de NY...un indicateur avancé ?

Bonus : une belle conférence sur le Climat



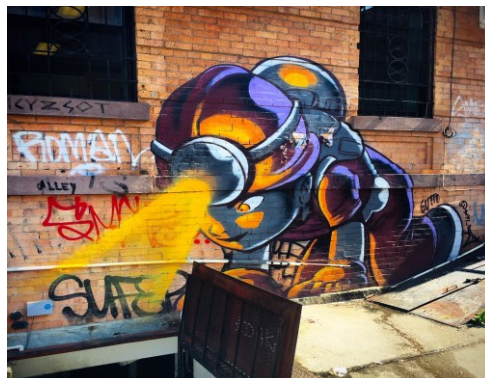
Nous assistons pour la deuxième fois au **Social Good Summit de la Fondation de l'ONU**, cette année exclusivement concentré sur le **Climat**. Déception : Greta Thunberg a annulé son

speech à la dernière minute pour cette conférence. C'est peut-être tant mieux eu égard à la qualité des autres intervenants et à quelques beaux messages d'espoir. Nous retenons qu'il existe un **front du climat** avec des victimes directes sur les côtes où dans des régions en pleine désertification par exemple, les témoignages sont poignants. De belles interventions qui ne nous enlèvent pas à l'esprit que malgré la bonne volonté des speakers présents, les **US restent désespérément à la traîne** en matière de lutte pour le climat !

Conclusion

Quel bonheur d'assister à des conférences de cette qualité à un moment où les lignes bougent dramatiquement ! Nous sommes en tout cas plus que jamais convaincus de la **pertinence de la rencontre en direct des managements** de plusieurs acteurs en simultané. Le croisement de l'information entre speakers est en effet d'une immense richesse.

Malgré une ambiance de fin de fête dans de nombreux esprits (à quand la prochaine récession ?), **de nombreuses idées pour les thématiques Millennials et Industrie 4.0** à fort potentiel à moyen terme ressortent de ces rencontres. A nous de sélectionner les « rule breakers » d'aujourd'hui et les « rules makers » de demain ! A recherche des meilleures pépites !



Stéphane Toullieux

Fondateur TLLX

Président Athymis gestion

Achévé de rédiger le 27/09/2019

Pour aller plus loin, nous suivre ou nous contacter, échanger, débattre :

Twitter @stoullieux - Email stoullieux@tllx.info