

Avis dans le secteur de la création de contenu vidéo en ligne en France : l’Autorité de la concurrence lance une consultation publique

Dans le cadre de la procédure consultative qu’elle a initiée dans le secteur de la création de contenu vidéo en ligne en France, l’Autorité de la concurrence (ci-après « l’Autorité ») lance une consultation publique afin de recueillir les observations des acteurs du secteur. Ces derniers sont invités à répondre aux questions formulées par l’Autorité avant le 15 septembre 2024.

Par décision du 13 mai 2024, l’Autorité a décidé de s’autosaisir pour avis afin d’analyser le fonctionnement de la concurrence dans le secteur de la création de contenu vidéo en ligne en France.

Dans le cadre de l’instruction de cet avis, l’Autorité lance aujourd’hui une consultation publique afin de recueillir les observations des parties prenantes sur plusieurs points.

Le secteur de la création de contenu vidéo en ligne en France

La création de contenu vidéo en ligne peut se définir comme la production et la mise à disposition du public en ligne d’un contenu au format vidéo, le plus souvent pas le biais d’une plateforme de partage qui intervient en tant qu’intermédiaire entre les créateurs de contenu, le public et, le cas échéant, les annonceurs.

Depuis la fin des années 2000 en France, l’activité de création de contenu vidéo en ligne s’est développée et professionnalisée, notamment du fait du succès des plateformes gratuites de partage de vidéo telles que YouTube, Twitch, TikTok ou DailyMotion. L’accès à la monétisation, en particulier, a transformé cette activité initialement « amatrice » en une activité professionnelle et une activité économique au sens du droit de la concurrence : offrir un service (en l’occurrence une vidéo) sur un marché (de contenu) et en tirer un chiffre d’affaires (par le biais de la monétisation). Désormais, l’activité de création de contenu vidéo en ligne fait partie intégrante de l’environnement audiovisuel français et des habitudes de consommation des spectateurs, les créateurs de contenu vidéo les plus populaires cumulant plusieurs millions d’abonnés.

La consultation publique

Dans le cadre de son avis, l’Autorité étudiera le fonctionnement de la concurrence dans le secteur de la création de contenu vidéo en ligne en France. Cette analyse portera en particulier sur le fonctionnement de la concurrence entre les créateurs de contenu vidéo (c’est-à-

dire, notamment, entre les contenus produits par les différents vidéastes et mis à disposition du public) et entre les agences de créateurs. L'analyse portera également sur les relations entre les créateurs de contenu, les agences de créateurs et les plateformes de partage de contenu vidéo.

L'Autorité sollicite par le présent document la contribution des acteurs du secteur de la création de contenu vidéo en France, afin d'éclairer son analyse. Ceux-ci sont invités à répondre aux questions listées ci-dessous, de manière étayée et en adressant leur réponse avant le **15 septembre 2024** à l'adresse suivante : avis.creationdecontenu@autoritedelaconcurrence.fr.

L'Autorité invite en particulier les acteurs suivants à participer à cette consultation :

- Créateurs de contenu vidéo en ligne ;
- Plateformes de partage de contenu vidéo en ligne ;
- Agences de créateurs de contenu (ou agences de gestion de « talents »).

1. Vous êtes :

- Créateur de contenu vidéo en ligne : ~~Oui~~/Non
- Plateforme de partage de contenu vidéo en ligne : ~~Oui~~/Non
- Agence de créateurs de contenu : ~~Oui~~/Non
- Autres (préciser) : Oui/~~Non~~

2. Pouvez-vous décrire vos activités en lien avec la création de contenu vidéo en ligne en France ?

The Computer & Communications Industry Association (CCIA Europe) is an international, not-for-profit trade association representing a broad cross section of communications and technology firms. For more than 50 years, CCIA has promoted open markets, open systems, and open networks. CCIA Europe's [members](#) include companies taking part in the creation, sharing, and consumption of online video content. This includes video content sharing platforms.

3. Comment décririez-vous :

- L'évolution du secteur de la création de contenu vidéo en ligne en France au cours des 15 dernières années ?

Over the last 15 years, the online video content creation sector in France has undergone significant evolution. This transformation has been driven by the rise of streaming services offering on-demand content alongside video content sharing platforms. These platforms have enabled viewers to access a portfolio of content across various genres and formats, ranging from traditional free-to-air and subscription-based channels to a multitude of online video services.

The competitive dynamics have led to a more integrated environment where both linear (traditional TV) and nonlinear (digital and on-demand) content compete for the same audience. This convergence is increasingly evident as traditional broadcasters, streaming services, and online creators operate within an entertainment ecosystem, often sharing talent, content strategies, and monetization models. As a result, the boundaries between TV, streaming, and user-generated content are becoming less distinct, reflecting how audiences now consume media fluidly across different services. However, it is essential to note that some differences between video sharing platforms and other linear and nonlinear media remain, particularly in terms of how they disseminate content, the features of the content disseminated (format length, format size and writings) and the distinct features of their business models.

Professionalisation of the online video creation sector and its growing convergence with the audiovisual industry has differentiated the characteristics of advertising. Advertisers have shifted their focus from traditional media to a mix of online and offline channels, driven by changes in consumer behaviour and the need to reach audiences across multiple platforms. Programmatic advertising, which uses data-driven techniques to place ads automatically, has further blurred the lines between traditional and digital advertising, allowing brands to target viewers more efficiently across TV, streaming services, and video content-sharing platforms.

- **La dynamique du secteur de la création de contenu vidéo en ligne en France en 2024 ?**

See a joint answer above.

- **La concurrence entre les différents créateurs de contenu vidéo en France, en particulier vis-à-vis du public, des annonceurs et des agences de créateurs ?**

- **Le comportement du public des créateurs de contenu vidéo en France ? Par exemple, les spectateurs sont-ils fidèles à une thématique de vidéo (lifestyle, gaming, humour, vulgarisation, etc.), à un format de vidéo (vidéos longues, shorts, directs, etc.), à un vidéaste, à une plateforme de partage ?**

- **La concurrence entre les différentes agences de créateurs en France, en particulier**

vis-à-vis du public, des annonceurs et des créateurs de contenu ?

- **Les relations entre les créateurs de contenu vidéo et les agences de créateurs, en France ?**
- **La concurrence entre les différentes plateformes de partage de contenu vidéo (YouTube, Twitch, TikTok, Dailymotion, etc.), en particulier vis-à-vis des créateurs de contenu, du public, des annonceurs et des agences de créateurs ?**

CCIA Europe is of the view that competition among video content sharing platforms is working well. Specifically, video content sharing platforms compete for:

- 1) **Content creators** by offering diversified monetization methods, such as ad revenue sharing, subscriptions, and brand deals.
- 2) **Audience** by investing heavily in innovation to enhance user experience through introducing more unique features, as well as new content formats.

By securing a wide and engaged audience, platforms can attract advertisers looking to reach specific demographics. The diverse content available on these platforms allows advertisers to form their ads more precisely.

What is more, the rapidly evolving technology landscape allows new players to challenge existing video content sharing platforms by pushing them to innovate even further. In fact, new entrants can carve out niches or introduce novel features that contend established platforms.

Overall, the dynamic competition among video content sharing platforms creates a constantly evolving environment where innovation is crucial. This competition not only benefits audiences and creators but also keeps the market open to new entrants, fostering a diverse and ever-changing digital media landscape.

- **Les relations entre les plateformes de partage de contenu vidéo et les créateurs de contenu vidéo ? En particulier, comment qualifieriez-vous le pouvoir de négociation de chacun de ces opérateurs vis-à-vis de l'autre ?**
- **Les relations entre les plateformes de partage de contenu vidéo et les agences de créateurs ? En particulier, comment qualifieriez-vous le pouvoir de négociation de chacun de ces opérateurs vis-à-vis de l'autre ?**

4. Selon vous, quels sont les points de vigilance que l'Autorité devrait garder à l'esprit dans l'élaboration de son avis ?

5. Veuillez indiquer tout autre point que vous souhaiteriez porter à la connaissance de l’Autorité concernant le secteur de la création de contenu vidéo en ligne en France.

CCIA Europe acknowledges there is an increasing convergence between online and offline advertising, as identified by the French Competition Authority in an opinion issued in 2019. This is, among others, due to advertisers increasingly diversifying their media strategies by incorporating a broader mix of online media services, driven by shifts in consumer behaviour.

Modalités pratiques

Si vous souhaitez participer à la consultation publique lancée par l’Autorité, nous vous remercions de nous communiquer vos réponses aux questions figurant ci-dessus, par courriel à l’adresse dédiée avis.creationdecontenu@autoritedelaconcurrence.fr, avant le 15 septembre 2024, en précisant le cas échéant le nom de la société ou organisme au nom duquel vous répondez.

Ces contributions seront prises en compte pour la rédaction de l’avis. Veuillez indiquer dans votre réponse les éléments que vous considérez comme relevant du secret d’affaires.

Veuillez également indiquer les coordonnées de la personne susceptible de répondre aux interrogations éventuelles soulevées par votre réponse :

Nom de la société : The Computer & Communications Industry Association (CCIA Europe)

Nom de la personne à contacter : Aleksandra Zuchowska

Fonction de la personne à contacter : Competition Policy Manager

Téléphone direct : +32 492 24 36 71

E-mail : azuchowska@ccianet.org