



Groupe de travail n° 2 - Offre audiovisuelle en médiathèques

COMPTE RENDU DE RÉUNION N°1

Mercredi 4 février 2026 de 14h30 à 16h30

Présents : Emmanuel Aziza, Pauline Bérard, Florie Boy, Hélène Butin, Isabelle Chareyron, Alexis David, Anita Karlik, Sophie Lamy, Laure Mallet, Pierre Mariotti, Joseph Minster, Jocelyn Monchamp, Marc Muscarnera, Tiphaine Pirlot, Franck Queyraud, Dominique Rousselet, Emmanuelle Suné.

Intervention du CNC (Pierre Mariotti / Tiphaine Pirlot-Marion)

Pierre Mariotti (CNC) rappelle d'abord la nature du CNC : un établissement public administratif sous tutelle du ministère de la Culture, doté d'un budget propre alimenté par des taxes affectées (billets de cinéma, diffuseurs TV, plateformes), qui le place à l'interface entre pouvoirs publics et représentants professionnels des filières cinéma et audiovisuel. Il précise que le CNC ne travaille pas directement avec le public mais soutient la filière via des aides publiques, automatiques (logique industrielle) et sélectives (logique culturelle), couvrant la production, la diffusion et l'éducation à l'image.

Sur la VOD, il présente une aide sélective destinée à la fois aux titulaires de droits (distributeurs) souhaitant exploiter leurs films sur des plateformes, et aux plateformes elles-mêmes, avec un accent sur des offres de niche à forte éditorialisation (Tënk, Arte VOD, Benshi, Medici TV, Qwest TV, plateformes documentaires, environnement, etc.), complémentaires des acteurs dominants (Netflix, Prime, Disney). Il distingue TVOD (vidéo transactionnelle : location/achat à l'acte) et SVOD (abonnement), et évoque aussi l'AVOD, modèle gratuit financé par la publicité, en forte progression via les groupes audiovisuels (Arte, France TV, TF1+).

D'après l'Observatoire de la VOD, le marché global de la vidéo en France représente environ 3 milliards d'euros, dont près de 2,5 milliards pour la SVOD, en forte croissance sur dix ans, tandis que la TVOD décline. Le taux de pénétration de la VOD (environ 58 % des foyers) se stabilise, signe d'un marché arrivé à maturité : les plateformes cherchent donc moins à conquérir de nouveaux publics qu'à augmenter le chiffre d'affaires par la rétention des abonnés (hausse des prix, repositionnements stratégiques). Il souligne enfin la forte domination de quelques acteurs (Netflix regroupe environ 77 % des utilisateurs de VOD) et les tentatives de mutualisation entre plateformes françaises (ex. rapprochement UniversCiné / Filmo) pour peser davantage sur un marché très fragmenté.

Tiphaine Pirlot-Marion intervient ensuite pour présenter le versant vidéo physique, au sein du même service de diffusion numérique du CNC. Elle rappelle que ce service gère simultanément vidéo physique et VOD (aides automatiques et sélectives pour chaque support), tout en menant des actions de lutte contre la piraterie. Elle se concentre sur la « vidéo à l'acte » (achat d'une œuvre, physique ou numérique) : en 2025, la vidéo physique représente 164 M€ (- 10 %), l'achat VOD 78,5 M€ (- 13 %), dans un contexte de forte baisse des entrées salle et de disparition des vidéoclubs physiques, le locatif étant désormais presque entièrement numérique.

Sur les supports, le DVD connaît la chute la plus forte (- 15 % en volume, - 13 % en valeur), tandis que le Blu-ray baisse plus modérément (- 6 % volume, - 2 % valeur) grâce à des éditions hautement éditorialisées à prix plus élevé, et que le Blu-ray UHD progresse d'environ + 2 % en volume et en valeur. En 2024, on compte 3 414 sorties en vidéo physique pour 2 262 œuvres distinctes (formats multiples pour un même titre), un niveau globalement stable depuis dix ans, avec 625 films sortis en salle dont seulement 50 non édités en vidéo physique et 20 non disponibles sur aucune plateforme VOD (constat de décembre 2025).

Elle présente ensuite les aides sélectives à l'édition vidéo : un budget d'environ 4,1 M€ par an, porté à 4,9 M€ à son pic, aujourd'hui stabilisé, dont 70 % pour l'aide au programme éditorial (éditeurs réguliers, « pure players » de la vidéo physique) et 30 % pour l'aide unitaire (projets ponctuels, coffrets, intégrales, projets associatifs). Ces aides accompagnent environ 750 œuvres par an, auxquelles s'ajoutent une trentaine de titres soutenus par le soutien automatique, soit 780 à 800 titres, représentant environ 35 % des sorties vidéo annuelles. Le CNC soutient environ 65 éditeurs par an (40 à 50 constituant un noyau dur), majoritairement sur le cinéma (85 % des œuvres), le documentaire représentant environ 10 % des œuvres soutenues en 2025 (contre 20 % dix ans auparavant).

En volume, 45 % des œuvres soutenues sont des nouveautés (films « frais »), 55 % du patrimoine (plus de 20 ans), mais en valeur, 63 % des aides vont au patrimoine, du fait de projets techniquement et éditorialement plus coûteux (restaurations, 4K, coffrets ambitieux). Tiphaine insiste sur le rôle central du secteur institutionnel (médiathèques) : pour certains segments (documentaire, jeune public, cinéma d'auteur de recherche), les acquisitions institutionnelles représentent 30 à 50 % des ventes et jusqu'à 70 % du chiffre d'affaires pour certains titres, soit en moyenne 300 à 500 exemplaires vendus aux institutions sur 1 000 DVD pressés. Pour le CNC, l'édition vidéo est aujourd'hui un véritable outil pédagogique d'éducation à l'image (compléments de programme, analyses,

recontextualisation) et demeure l'offre cinéma et audiovisuelle la plus vaste et la plus pérenne sur le territoire, notamment grâce aux bibliothèques.

Résumé des échanges autour des problématiques du chantier et de l'intervention du CNC

Les échanges qui suivent l'intervention du CNC mettent en tension plusieurs constats : d'une part, les bibliothèques sont de plus en plus nombreuses à arrêter la VOD pour des raisons budgétaires, alors même que ces offres rencontrent un fort intérêt du public ; d'autre part, les données du CNC confirment à la fois la domination économique de la VOD (notamment SVOD) et le rôle décisif du marché institutionnel dans la survie de l'édition physique. Plusieurs intervenant·es soulignent que les médiathèques se trouvent « en frontière » : les groupes de travail portent beaucoup sur la VOD, alors que les établissements renoncent progressivement à ces services faute de moyens, au détriment de publics qui avaient pris leurs habitudes sur ces plateformes.

La tension entre complémentarité et concurrence des supports apparaît clairement. Beaucoup de collègues décrivent la VOD comme un complément précieux aux collections physiques et à la médiation sur place, permettant aux usagers une plus grande autonomie dans leurs choix (notamment pour certains titres qui ne seraient pas achetés en DVD). En même temps, l'offre VOD jugée « idéale » du point de vue des bibliothèques (cinéphilie, éducation à l'image, diversité) ne coïncide pas toujours avec les attentes majoritaires des publics, davantage tournés vers des contenus récents, grand public et comiques, typiques des grandes plateformes commerciales. Cela crée un décalage entre les ambitions culturelles des bibliothèques et les usages de leurs usagers, tout en les plaçant face à des modèles économiques de type Arte VOD/CVS jugés peu soutenables à long terme.

Plusieurs témoignages pointent la contradiction suivante : les bibliothèques, notamment départementales ou en milieu rural, sont sollicitées pour offrir un substitut ou un complément aux offres commerciales (Netflix et consorts) auprès de publics éloignés des salles de cinéma, mais les modèles de tarification actuels ne leur permettent pas d'assurer durablement une offre généraliste de qualité. Par ailleurs, une inquiétude est exprimée concernant l'équipement des foyers en lecteurs CD/DVD, par analogie avec la baisse d'écoute des CD : certains usagers déclarent ne plus avoir de lecteur et se tournent donc vers les offres dématérialisées. Tiphaine Pirlot-Marion rappelle néanmoins qu'il existe encore une offre importante de lecteurs Blu-ray/UHD, que de nombreux foyers sont équipés via les consoles de jeux, et que des actions de pédagogie ou de prêt de lecteurs peuvent être développées.

La question du droit de prêt et, plus largement, des droits de projection et de consultation sur place est également au cœur des discussions, même si elle n'est pas encore tranchée. Des participant·es soulignent que le DVD reste le support le plus simple et le plus robuste pour la consultation sur place, le prêt à des partenaires ou des groupes, et certaines projections (en dehors du cadre strict de la projection publique payante), alors que la VOD souffre à la fois de contraintes de bande passante, de droits et de durées de disponibilité trop courtes pour permettre une véritable politique de valorisation. L'imprévisibilité des catalogues VOD (entrées/sorties de titres non signalées) rend très complexe la construction

de filmographies et de parcours de médiation durables, ce qui renforce la perception du DVD comme support central de patrimonialisation et d'éducation à l'image.

Enfin, le CNC confirme qu'il ne gère plus directement de catalogue comme « Images de la culture » (désormais pris en charge par la Cinémathèque du documentaire) et n'édite pas de plateforme propre, ce qui interroge le rôle possible de l'institution dans la création ou le soutien d'une offre VOD mutualisée dédiée aux bibliothèques. Pierre Mariotti indique que les dispositifs actuels permettent de soutenir des plateformes B2C ou B2B (dont Médiathèque Numérique / Arte pour le segment bibliothèques), et qu'en théorie une plateforme construite avec et pour les médiathèques serait éligible, à condition qu'elle soit portée par des acteurs (plateformes/titulaires de droits) structurés et capables de se mutualiser. Il reste toutefois des freins techniques (API, agrégation de catalogues) et de modèle économique, que les acteurs devront endosser, le CNC se limitant à un rôle de soutien financier et d'observatoire.

Les objectifs prioritaires

Les objectifs du GT2 retenus sont articulés autour de 4 grands axes : **construire un nouveau cadre de négociation** avec les éditeurs, **proposer une adaptation des modèles d'offre VOD**, **favoriser la mutualisation des ressources** et l'accompagnement de solutions collectives, **explorer les besoins des établissements** en fonction de leurs profils respectifs.

1. Construire un nouveau cadre de négociation avec les éditeurs

- **Formuler une vision partagée de ce qu'est une offre audiovisuelle de qualité** en médiathèque : combinaison de diversité, de cinéphilie, d'éducation à l'image, mais aussi de titres attractifs pour les publics, avec une transparence tarifaire accrue.
- **Établir un état des lieux précis** (importance des acteurs institutionnels comme débouchés pour certains éditeurs) et des **recommandations chiffrées**, pour renforcer le poids des bibliothèques face aux éditeurs et aux plateformes lors des échanges futurs.

2. Proposer une adaptation des modèles d'offre VOD

- **Identifier des leviers** permettant de mieux répondre aux attentes des usagers et des établissements en parvenant à **concilier attractivité pour le public** (fiction récente), **contraintes budgétaires**, et **exigence des politiques documentaires** des bibliothèques.
- **Remettre en question les modèles tarifaires actuels**, notamment les modèles strictement « à l'acte » (coûts explosifs pour la fiction récente), et **rechercher des configurations plus soutenables** (abonnements hybrides, scénarios combinant TVOD et SVOD) en élaborant différentes propositions de modèles.

3. Avancer vers la mutualisation des ressources et l'accompagnement de solutions collectives

- **Sensibiliser les acteurs de la VOD à la mutualisation technique et commerciale**, et permettre ainsi l'**implication des pouvoirs publics** dans le soutien à une solution plus cohérente pour les médiathèques portée par les acteurs économiques.
- **Élaborer de scénarios de plateformes ou de dispositifs partenariaux** – associant éventuellement plusieurs plateformes – permettant une meilleure lisibilité des catalogues, et une combinaison plus claire associant des droits de prêt et des droits de diffusion pour la médiation, tout en respectant la chronologie des médias.

4. Explorer les besoins différenciés des établissements en fonction de leurs profils respectifs

- **Définir des trajectoires et des modus operandi par types d'établissements** : adapter les solutions préconisées à des bibliothèques municipales, départementales, BU ou réseaux mutualisés, en fonction des publics, des budgets, du maillage territorial dans lesquels elles s'inscrivent et des équipements.
- **Élaborer des propositions de modèles** permettant de sortir d'une logique de solutions « clé en main » imposées, pour aller vers des **solutions modulables et négociables**, où les bibliothèques pourraient combiner plus finement VOD, vidéo physique et action culturelle, en intégrant les enjeux de patrimonialisation, de conservation et, à terme, de recyclage des supports.

Auditions prévues

Pour la suite du chantier, une série d'auditions d'acteurs institutionnels et économiques est prévue pour éclairer ces problématiques et nourrir les scénarios à construire.

Ces auditions seront menées par le ministère (SLL) et Images en bibliothèques, avec la participation de représentants volontaires du groupe de travail, et feront l'objet de comptes rendus détaillés qui serviront de base au travail de modélisation des scénarios et de formulation des recommandations finales lors des prochaines réunions du GT2.

Voici la liste de questions préparées par les membres du GT pour les auditions, susceptible de servir de canevas commun pour l'ensemble des auditionnés, afin de pouvoir identifier des lignes de convergences et de fractures parmi les réponses qui seront apportées.

1. Modèle économique et tarification

- Comment est structuré votre modèle économique pour les offres destinées aux bibliothèques (abonnement, tarif à l'acte, bouquets, mixte) ?
- Êtes-vous contre l'idée d'une tarification unique par titre quel que soit le film ?
- Quelles marges de manœuvre voyez-vous pour conjuguer attractivité du catalogue (films récents, grand public, patrimoniaux...) et soutenabilité budgétaire pour les collectivités clientes ?

- Comment expliquez-vous que le modèle au titre à titre n'ait été que peu choisi comme modèle par rapport à l'offre en bouquet ?
- Quelles sont aujourd'hui vos principales limites ou contraintes pour sortir du modèle strictement « à l'acte » en proposant des formules par abonnement ou hybrides (offre socle en illimité + œuvres additionnelles acquérables titre à titre par exemple) ?
- Si vous n'êtes pas présent en médiathèque, quel est votre modèle commercial principal: TVOD ou SVOD (éventuellement AVOD) ? Pour quelle raison principale (place dans la chronologie des médias / type de catalogue recherché / public ciblé / positionnement dans un marché donné, etc.) ?
- Serait-il viable de modifier le modèle tarifaire principal choisi dans le cas d'un lancement d'une offre destinée aux médiathèques ?

2. Place des bibliothèques dans la stratégie des acteurs économiques

- Quelle place représentent aujourd'hui les bibliothèques et institutions dans votre chiffre d'affaires et votre stratégie de développement ?
- Comment percevez-vous le rôle spécifique des médiathèques (complément aux plateformes grand public, vitrine culturelle, territoires ruraux, etc.) ?
- Seriez-vous prêts à co-construire avec elles une offre dédiée, distincte de votre offre grand public ?
- Connaissez-vous le nombre (ou la proportion) des inscrits en bibliothèques ? Que pouvez-vous proposer pour toucher beaucoup plus largement ces publics, avec un modèle tarifaire alternatif au titre à titre ?

3. Contenus, éditorialisation et complémentarité DVD/VOD

- Comment sélectionnez-vous les contenus destinés aux bibliothèques (cinéma d'auteur, documentaire, jeune public, œuvres patrimoniales, séries, etc.) ?
- Comment concevez-vous l'éditorialisation pour un usage en bibliothèques (parcours, playlists, dossiers, outils pédagogiques) ?
- Comment envisagez-vous la complémentarité entre vos offres VOD et l'édition physique (DVD/Blu-ray) en termes de disponibilité, patrimonialisation et médiation ?
- Quelles seraient les possibilités de permettre aux bibliothécaires de participer à la sélection ou au choix des films des bouquets ?
- Est-il possible de concevoir une offre VOD hybride, combinant des bouquets thématiques (cinéma patrimonial, documentaires de création, cinéma d'auteur contemporain) avec une granularité titre par titre, tout en permettant d'intégrer ou valoriser des œuvres provenant de collections déjà constituées ?
- Peut-on imaginer une plateforme bouquet de films qui pourrait également héberger des productions audiovisuelles locales ?

4. Droits de prêt, consultation, projection

- Quels sont aujourd'hui les cadres de droits que vous proposez aux bibliothèques : prêt numérique éventuel, strict streaming, limitations territoriales ou d'accès ?

- Quelles possibilités voyez-vous pour inclure, dans vos offres, des droits de projection sur site (ateliers, séances publiques non commerciales) sans surcoût prohibitif, avec une mise en œuvre technique simplifiée ?
- Comment pourriez-vous mieux articuler vos conditions de diffusion avec les besoins de consultation sur place, en groupe ou en individuel ?
- Dans la négociation des droits de diffusion des films avec les ayants droits, peut-on envisager des dérogations à l'avantage des bibliothèques (en effet, les bibliothèques sont financées avec de l'argent public, et une partie du cinéma français en bénéficie d'argent public) ?

5. Durée de disponibilité et stabilité des catalogues

- Sur quelles durées de disponibilité s'engagent vos contrats pour les titres proposés aux bibliothèques ?
- Est-il envisageable d'offrir davantage de visibilité et de stabilité (listes prévisionnelles, préavis de retrait, engagements minimaux) pour permettre une vraie politique de valorisation ?
- Si les bibliothèques ne sont pas à proprement parlé des acteurs commerciaux (pas d'investissement) elles contribuent néanmoins au financement et à la valorisation des œuvres. Comment envisager, dans la chronologie des médias, une fenêtre spécifique permettant à des acteurs institutionnels de proposer un accès à des films récents, sans opposer la viabilité des auteurs à la mission d'accès à la culture pour toutes et tous, que les bibliothèques portent au quotidien à travers leurs missions ?
- Est-il possible de dépasser le modèle de tarification à l'acte, en proposant des formules par abonnement ou hybrides (offre socle en illimité + œuvres additionnelles acquérables titre à titre par exemple) ? Comment garantir une certaine pérennité des titres et des possibilités d'éditorialisation et de médiation par les bibliothécaires ?

6. Mutualisation technique et commerciale

- Êtes-vous prêts à travailler avec d'autres plateformes ou acteurs pour construire une solution technique et commerciale commune dédiée aux bibliothèques ?
- Quels obstacles techniques (API, agrégation de catalogues, interfaces) et économiques (répartition des revenus, gouvernance) identifiez-vous à une telle mutualisation ?
- De quelles formes de soutien des pouvoirs publics auriez-vous besoin pour rendre possible une offre mutualisée (aides, garantie de volume, cadre national) ?
- Peut-on imaginer une plateforme technique qui permettrait de choisir, de diffuser des films auprès des usagers ?

7. Segmentation par types de bibliothèques

- Comment pourriez-vous adapter vos offres aux différentes catégories d'établissements (petites BM, grandes BM, BDP, BU, réseaux mutualisés) ?
- Quelles options voyez-vous pour tenir compte des écarts de budget, de maillage territorial et de publics, sans complexifier excessivement la grille tarifaire ?