

**COLLECTIVITÉ DE CORSE
CULLETTIVITÀ DI CORSICA**

Convention N°

Origine : BP 2020

Chapitre : 933

Fonction : 311

Compte : 65748

Programme : 4423

**CONVENTION D'OBJECTIFS ET DE MOYENS
ENTRE LA COLLECTIVITÉ DE CORSE ET LA SAS ALLINDÌ
DANS LE CADRE DU SOUTIEN A LA PLATEFORME SVoD ALLINDÌ
POUR L'ANNEE 2020**

Entre

La Collectivité de Corse,

Représentée par le Président du Conseil Exécutif de Corse, M. Gilles SIMEONI

Ci-après dénommée la « Collectivité de Corse»,

D'UNE PART,

ET,

La société dénommée SAS ALLINDÌ

Et désignée ci-après sous le terme la « **SAS ALLINDÌ** »

Représentée par son président, Monsieur Gérôme BOUDA

Siège social : 6, rue Hyacinthe Campiglia – 20000 AIACCIU

N° SIRET : 828 467 183 00020,

D'AUTRE PART,

Ci-après dénommés ensemble « Les Parties »,

- VU le Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne et notamment les articles 106, 107 et 108.
- VU la décision du 20 décembre 2011 de la Commission européenne relative à l'application des règles de l'Union européenne en matière d'aides d'Etat aux compensations de service public octroyées à certaines entreprises chargées de la gestion de services d'intérêt économique général.
- VU le Code général des collectivités territoriales, et notamment ses articles L.4421-1 à L.4426-1 et R.4425-1 à D.4425-53,
- VU la loi n°2015-991 du 07 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République - Loi NOTRe,
- VU l'article 10 de la loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 et l'article 1er du décret 2001 495 du 6 juin 2001,
- VU la délibération n° 17.284 AC de l'Assemblée de Corse du 17 septembre 2017 approuvant le nouveau cadre de l'action Culturelle et le nouveau cadre de l'action patrimoniale de la Collectivité Territoriale de Corse,
- VU la délibération n°18.139 AC de l'Assemblée de Corse du 30 mai 2018 adoptant le règlement budgétaire et financier de la Collectivité de Corse,
- VU la délibération n° 20.028 AC de l'Assemblée de Corse du 13 Février 2020 adoptant le budget primitif de la Collectivité de Corse pour l'exercice 2020,
- VU la délibération n° 20.066 AC de l'Assemblée de Corse du 24 avril 2020 prenant acte des délégations d'attributions de l'Assemblée de Corse au Conseil exécutif de Corse et à son Président,
- VU la délibération n° 20.068 AC de l'Assemblée de Corse du 24 avril 2020 adoptant le rapport « Vince contr'à u COVID 19 »,
- VU les pièces constitutives du dossier déposé auprès de la Collectivité de Corse de Corse et enregistrées le 2 octobre 2019,
- VU la délibération n°XXXXX AC de l'Assemblée de Corse du 2020 portant approbation de la convention à signer entre la Collectivité de Corse et la SAS ALLINDÌ et individualisant un crédit de 80 000 € à imputer sur le programme culture fonctionnement 4423,

Préambule

Considérant que le projet initié et conçu par la SAS ALLINDÌ relatif à la création de la plateforme SVoD éponyme est conforme à son objet statutaire,

Considérant les prérogatives étendues de la Collectivité de Corse dans le domaine de l'audiovisuel, qui lui sont notamment conférées par l'article L. 4424-6 du Code Général des Collectivités Territoriales,

Considérant les efforts consentis par la Collectivité de Corse pour assurer la promotion, le développement et la structuration d'une filière audiovisuelle et cinématographique en Corse,

Considérant les points de convergence entre les enjeux multisectoriels du projet de plateforme SVoD ALLINDÌ et les objectifs propres de la Collectivité de Corse,

IL EST CONVENU ET ARRETE CE QUI SUIV

ARTICLE 1 : OBJET DE LA CONVENTION

La présente convention d'objectifs et de moyens a pour objet de définir les modalités de soutien apporté par la Collectivité de Corse à la SAS ALLINDÌ, dans le cadre de l'année 2020, en vue de l'accompagnement de la plateforme SVoD (Vidéo à la demande en accès illimité) éponyme dédiée à «l'imaginaire de la Corse en illimité», c'est-à-dire à la mise en ligne de contenus audiovisuels et cinématographiques produits et ou réalisés en Corse.

Le soutien de la Collectivité de Corse s'appuie sur l'étude de NPA conseil et le budget prévisionnel présentés par la plateforme et figurant en annexes 1, 2 et 3 de la présente convention.

Dans le respect de la déclaration de la plateforme auprès du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, des statuts de la SAS ALLINDÌ et de son plan stratégique adopté chaque année par son Conseil d'Administration, la subvention de fonctionnement accordée par la Collectivité de Corse de Corse sera affectée prioritairement à la réalisation des 8 objectifs suivants :

- **1) Mettre en ligne** la plateforme ALLINDÌ commerciale au cours de l'année 2020 en respectant autant que possible les objectifs en termes de progression du nombre d'abonnés définis dans le cadre de l'étude du cabinet NPA conseil (cf. annexe à la convention).
- **2) Enrichir le catalogue patrimonial** de la plateforme dans le cadre de contractualisation avec les ayants-droits dans le respect de la diversité des contenus (documentaire, fiction, captation...). Objectif 2020 : 200 œuvres.
- **3) Poursuivre le travail d'éditorialisation du catalogue** (encodage numérisation et création de contenu éditorial (fiche film - fiche auteur - interview...). Objectif 2020 : 150.
- **4) Amorcer une contractualisation de partenariat avec la Cinémathèque de Corse** dans l'idée de créer des synergies d'enrichissement, d'inventaire, de catalogage, d'éditorialisation et de valorisation et des collections et du fonds amateur.
- **5) Multiplier les synergies et les partenariats** avec les acteurs culturels du territoire.

- **6) Nouer des liens d'entraide et de mutualisation** avec les autres plateformes territoriales existantes dans le cadre de la création d'une association dédiée.
- **7) Engager des actions de réexposition de l'offre culturelle** cinématographique programmées dans le cadre des festivals du territoire.
- **8) Diversifier les sources de financement** de la plateforme ALLINDÌ.

ARTICLE 2 : COMITE DE SUIVI

2.1 Composition du comité de suivi

La Collectivité de Corse et la plateforme constituent un comité de suivi (ci-après « le Comité de Suivi ») composé notamment de :

- Le Président et un membre du Conseil exécutif de Corse ou leurs représentants ;
- Le Président de l'Assemblée de Corse ou son représentant ;
- Le Président du Conseil Économique, Social, et Culturel de la Corse ou son représentant ;
- Le Président d'ALLINDÌ SAS ;

Le Comité de suivi veille au respect de l'exécution des termes de la convention et au suivi de ses objectifs. À cet effet, le comité se réunit une fois par an sur invitation.

Il a le pouvoir de désigner un expert conformément à l'article 11 - alinéa 1er.

2.2 Organisation du comité de suivi

Dans le cadre du suivi du respect des termes de la convention, les membres du comité de suivi contrôlent que la subvention de fonctionnement est bien affectée, par la plateforme, conformément aux objectifs envisagés à l'article 1er.

En amont de la réunion du Comité de suivi, un comité technique composé de la plateforme et de représentants des services instructeurs de la CDC sera organisé afin de faire le point annuellement de l'état d'exécution des financements obtenus.

Le comité de suivi se réunira une fois, avant la fin du premier semestre 2020. Le comité de suivi devra se réunir sur invitation de la plateforme qui, au préalable devra transmettre à la Collectivité de Corse les documents suivants :

1/Bilan et compte de résultat de l'exercice 2020 certifiés conformes par un commissaire aux comptes et approuvés par une délibération de l'organe statutaire compétent.

2/Compte rendu détaillé sur la mise en œuvre des objectifs fixés.

3/Bilan détaillé de l'utilisation de la subvention sur l'exercice.

4/Déclaration sur l'honneur et récapitulatif de toutes les aides publiques perçues par la SAS ALLINDÌ sur les 3 dernières années.

5/Présentation des accords obtenus (tableau récapitulatif) des ayants-droits des œuvres diffusées. Le total des accords obtenus devant représenter environ 200 œuvres.

6/Compte rendu de diffusion par genre et par volume horaire détaillant les programmes en langue corse ainsi que les programmes sous-titrés.

7/Présentation du plan de communication et de la stratégie de commercialisation, précisant le prévisionnel de nombre d'abonnés (individuels et collectivités) et la politique tarifaire pratiquée, en cohérence avec l'étude de marché pour 2021.

Un compte-rendu sera établi par la Collectivité de Corse au plus tard dans les trente jours suivant le comité de suivi et sera transmis aux parties. Ce document attestant que la plateforme a bien transmis toutes pièces justificatives citées ci-dessus (et que celles-ci sont conformes au plan juridique et financier), constituera le justificatif de référence au paiement du solde de chaque exercice. En cas de manquement par la plateforme, ou de non validité des pièces déposées, le versement de ce solde ne pourra pas être effectué.

2.3 Autres dispositions

La plateforme s'engage par ailleurs à fournir à la Collectivité de Corse tous les documents susceptibles de la lier à d'autres collectivités publiques et organismes divers. La plateforme s'engage à avoir un budget en équilibre à l'expiration de la convention. A cet effet, elle tiendra informée la Collectivité de Corse de toutes modifications financières susceptibles de déséquilibrer son budget, et des mesures envisagées pour y remédier.

Il est rappelé que le comité de suivi n'a pas vocation à traiter de la responsabilité éditoriale de la programmation, de la forme et du fond des contenus présents sur ALLINDI, responsabilité qui relève exclusivement de la plateforme.

ARTICLE 3 : CONTRÔLE DES COMPTES ET DE LA GESTION

La plateforme sous statut de SAS s'engage à tenir une comptabilité présentée sous forme d'un bilan et compte de résultat, suivant la nomenclature du plan comptable national et doit faire contrôler ses comptes par un commissaire aux comptes.

La plateforme s'engage à respecter toutes les obligations à l'égard des organismes sociaux et fiscaux, et les dispositions législatives et réglementaires concernant le personnel, notamment en matière salariale.

La plateforme s'engage à faciliter le contrôle et l'accès aux documents administratifs et comptables par les représentants de la Collectivité de Corse.

ARTICLE 4 : MONTANT ET MODALITES DE VERSEMENT DE LA SUBVENTION

La Collectivité de Corse s'engage à verser à la plateforme la subvention dans les conditions prévues au présent article, sous réserve du respect par la plateforme des stipulations de la présente convention.

L'aide est attribuée sous forme de subvention, conformément à des services d'intérêt économique général (Cf. Règlement UE n°360/2012 du 25 avril 2012) qui stipule que l'ensemble des aides accordées au titre de ce régime ne peut dépasser 500 000 € sur trois exercices fiscaux consécutifs.

4.1 Montant de la subvention de fonctionnement 2020 et taux d'intervention :

Sur les crédits d'autorisation de programme inscrits aux programmes, chapitre, fonction et compte susvisés de son Budget, la Collectivité de Corse apporte un soutien financier pour

l'année 2020 d'un montant prévisionnel maximal de **quatre-vingt mille euros (80 000 €)** équivalent à environ **84,29%** du montant total des coûts éligibles de la convention établis à la signature des présentes qui s'élèvent à **94 905 € HT**.

4.2 Modalités de paiement de la subvention de fonctionnement 2020 :

Le versement des fonds sera effectué dans la limite des crédits de paiement inscrits au programme 4423, chapitre 933, fonction 311 et compte 65748 au compte ouvert au nom de la SAS ALLINDI auprès de la banque :

CREDIT AGRICOLE
N° 12006 / 00010 / 82102304469 / 65

Comme suit :

- ✓ Versement par mandatement d'un 1^{er} acompte de 50 % d'un montant de 40 000 € (quarante mille euros) à la notification de la présente convention ;
- ✓ Autres acomptes, jusqu'à 80% du montant de la subvention, par mandatement au prorata du taux d'intervention (84,29%) appliqué aux dépenses engagées éligibles sur présentation des bilans d'activités et financiers intermédiaires de l'exercice, visés par le président,
- ✓ Versement par mandatement du solde au prorata du taux d'intervention (84,29%) appliqué aux dépenses réalisées sur présentation des bilans d'activités et financiers de l'exercice, visés par le président et le comptable, accompagnés du compte rendu du comité de suivi 2020 signé par les parties.

ARTICLE 5 : UTILISATION DE LA SUBVENTION

La Collectivité de Corse se réserve le droit de vérifier l'utilisation des subventions octroyées que cela soit dans le cadre de la présente convention ou de tout autre dispositif de soutien.

Toute nouvelle demande d'aide publique au titre de l'action économique sera également déposée auprès de la Direction de la Culture pour information.

Par ailleurs, comme stipulé dans l'article 3 de la convention, la plateforme s'engage à transmettre chaque année une déclaration sur l'honneur et un récapitulatif de toutes les aides publiques perçues pour l'exercice.

ARTICLE 6 : DUREE

La présente convention est conclue pour une durée d'une année à compter de sa notification. Les Parties conviennent de se rapprocher courant 2020, afin d'examiner les conditions de poursuite du soutien de la Collectivité de Corse et ce dans le cadre d'une convention d'objectifs et de moyens pluriannuelle.

ARTICLE 7 : RESTITUTION DE LA SUBVENTION

Les subventions de la Collectivité de Corse non utilisées seront restituées au compte de la Collectivité de Corse.

ARTICLE 8 : COMMUNICATION

La plateforme s'engage à mentionner la participation de la Collectivité de Corse dans tout document ou opération de communication ayant trait aux activités subventionnées au titre de la présente convention.

ARTICLE 9 : RESILIATION

En cas de non-respect, par l'une ou l'autre des parties, des engagements réciproques inscrits dans la présente convention, cette dernière est résiliée de plein droit, sans indemnité ou dédommagement à l'expiration d'un délai de 30 jours suivant l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception valant mise en demeure.

ARTICLE 10 : PROCÉDURE DES AVENANTS

Toute modification des conditions et modalités d'exécution de la présente convention, définie d'un commun accord entre les parties fera l'objet d'un avenant, sous réserve qu'ils n'ont pas pour effet d'augmenter les engagements financiers prévus à la présente convention.

ARTICLE 11 : LITIGES

En cas de différend résultant de l'interprétation ou de l'exécution de la Convention, les Parties conviennent de se rapprocher, et de réunir à titre exceptionnel le Comité de Suivi, afin de régler le différend à l'amiable.

A défaut de règlement du différend dans un délai de deux mois et après notification par lettre recommandée, le tribunal administratif de Bastia sera compétent pour trancher les litiges relatifs à l'interprétation ou à l'exécution de la Convention.

Fait à Ajaccio, le
En deux exemplaires originaux

Pour la SAS ALLINDI,
Le Président,

Pour la Collectivité de Corse,
Le Président du Conseil exécutif de Corse

Gérôme BOUDA

Gilles SIMEONI

ANNEXE 1

allindì

scunfinà l'imaginariu di a Corsica*

La première plateforme *SVOD* territoriale & indépendante

Etude NPA Conseil

Une réalisation de **Allindì SAS**
portée par Maria Francesca Valentini & Gérôme Bouda

**L'imaginaire de la Corse en illimité*

Sommaire

1. La pertinence du choix d'un service de vidéo à la demande par abonnement.....	3
a. La VàDA concentre la dynamique du marché vidéo.....	3
b. Des marges de croissance importantes en France	5
c. Des opportunités pour des services très spécialisés	5
2. Le modèle économique d'allindi	9
a. Les cibles et le potentiel de recrutement.....	9
b. La modélisation économique sur trois ans.....	11
3. Les opportunités pour la Corse d'un nouveau diffuseur sur le territoire.....	14
a. allindi, un outil de promotion culturelle	14
b. allindi au service du soutien et du développement de la création et de la production locale.....	15
c. allindi au service de l'aménagement numérique du territoire corse	16

1. La pertinence du choix d'un service de vidéo à la demande par abonnement

allindi est une offre grand public de vidéo à la demande par abonnement. Grâce à un abonnement économique (6€/mois), les utilisateurs ont accès de manière illimitée à tous les films du catalogue allindi et profitent, à loisir, de chaque documentaire, court-métrage, long-métrage, magazine ou série (fiction ou documentaire). Le catalogue d'allindi est en constante augmentation et offre aux utilisateurs un renouvellement permanent, gage de fidélisation. Il est accompagné d'une démarche d'éditorialisation de ses contenus (newsletters, collections, bonus, interviews...). Pour chaque œuvre, allindi propose ainsi un résumé, des informations de production (réalisateur, production, année, comédiens) et une série de mots-clés.

Le modèle économique de la vidéo à la demande par abonnement ainsi que la distribution du service sur l'internet ouvert (OTT) sont aujourd'hui les choix les plus pertinents pour le lancement d'une nouvelle offre audiovisuelle.

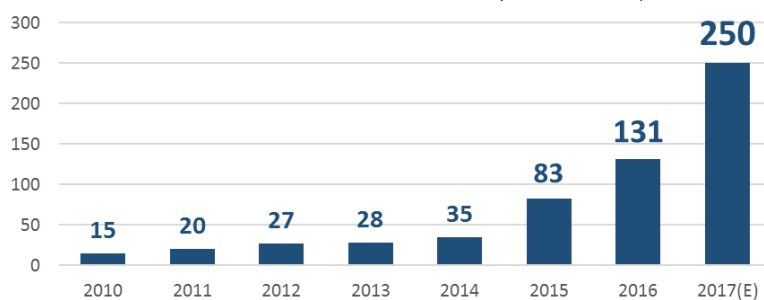
a. La VàDA concentre la dynamique du marché vidéo

L'année 2017 a été placée en France sous le signe de la vidéo à la demande par abonnement dont l'essor a permis au marché vidéo dans son ensemble de renouer avec une croissance qui le fuyait depuis six ans (+7% en valeur). Avec 250 millions d'euros de recettes sur l'ensemble de l'année écoulée (+90% en un an), la SVoD a grandement contribué à faire repasser le marché vidéo au-dessus de la barre symbolique du milliard d'euros (CA total de 1,029 milliards d'euros). Petit à petit, le modèle de la SVoD prend son envol et confirme son statut de relais de croissance numéro un au sein d'un marché vidéo qui continue de voir fondre les ventes de formats physiques (DVD et Blu-ray) et semble avoir atteint un plafond en ce qui concerne les modes de consommation numérique à l'acte (VoD et EST).

Dans le sillage de Netflix, débarqué en France fin 2014, l'industrie a assisté à une montée en puissance de la SVoD avec la multiplication des services (généralistes mais aussi d'offres de niche avec une segmentation toujours plus poussée par cible, format, thématique...), le développement des usages, l'accroissement du parc d'utilisateurs et la progression mécanique des recettes. Désormais installé dans le paysage audiovisuel français, le modèle de la vidéo à la demande par abonnement poursuit une dynamique de croissance soutenue qui devrait progressivement l'amener à se rapprocher des standards américains et britanniques, marchés plus matures, qui ont assisté à l'explosion du modèle avec un temps d'avance sur la France. Le potentiel de la SVoD reste donc entier et devrait s'accompagner de son lot d'opportunités pour l'ensemble de l'industrie. Si la phase de décollage a été nettement plus lente que sur d'autres marchés majeurs (États-Unis, Royaume-Uni, Allemagne...), la vidéo à la demande connaît donc un véritable essor en France sous l'impulsion du modèle de l'accès illimité par abonnement.

En 2017, les revenus de la SVoD ont pratiquement doublé par rapport à 2016, passant de 131 à 250 millions d'euros en un an. Une explosion du chiffre d'affaires SVoD qui en fait désormais la première source de revenus sur le marché de la vidéo à la demande payante en France : près de la moitié des revenus de vidéo à la demande proviennent des recettes générées par les abonnements à une plateforme de SVoD (49% ; +15 points en un an). Alors que la VoD marque le pas avec un chiffre d'affaires de près de 170 M€ en 2017 (stable par rapport à 2016) et que l'EST affiche une progression linéaire sans parvenir à réellement prendre son envol (+10% en un an pour atteindre 75 M€), la SVoD s'affirme aujourd'hui comme le principal segment porteur de croissance sur le marché du Home Entertainment.

Évolution des revenus SVOD en France / 2010-2017 ; en M€

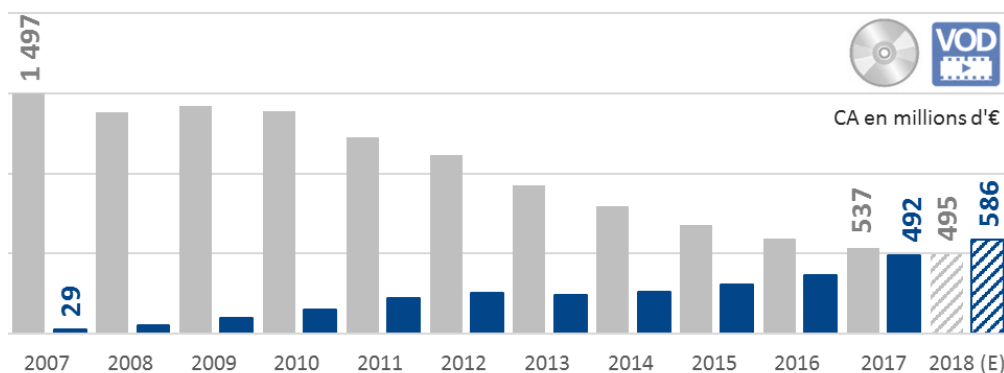


NPA Conseil sur données CNC-GfK

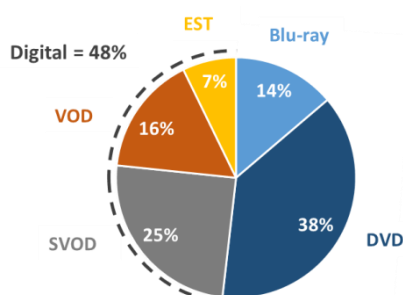
Cette montée en puissance du segment SVoD dans l'Hexagone s'explique avant tout par un effet d'entraînement : dans le sillage de l'arrivée de Netflix à l'automne 2014, l'ensemble du marché français s'est structuré avec la multiplication de nouvelles offres (Tfou Max, INA Premium, UnCut, Tënk, Outbuster, Studio+, Blackpills...) et le renforcement des services existants dont CanalPlay (dorénavant dilué dans l'offre Start by Canal), FilmoTV ou SFR Play désormais rejoints par Amazon Prime Video. Cette abondance de services participe au développement des usages de vidéo à la demande par abonnement et, mécaniquement, à l'accroissement du parc d'abonnés en France.

L'essor pris par la SVoD ces trois dernières années permet au modèle de s'installer progressivement dans le paysage audiovisuel français. Alors que la vidéo à la demande par abonnement représentait moins de 5% de la structure globale des revenus vidéo fin 2014, le modèle compte dorénavant pour un quart des recettes. En 2017, le boom de la SVoD a permis de rapprocher le segment numérique de son pendant physique dans la structure des revenus vidéo (48% du CA vidéo total contre 52%). Dès 2018, l'industrie devrait assister à une inversion des courbes salubre entre univers numérique et physique qui devrait permettre d'inscrire le marché vidéo dans une dynamique de croissance durable pour les années à venir.

Évolution des revenus des univers physique et numérique / 2007-2017 ; en M€



Répartition du CA Vidéo par mode de consommation / 2017 ; en %Valeur



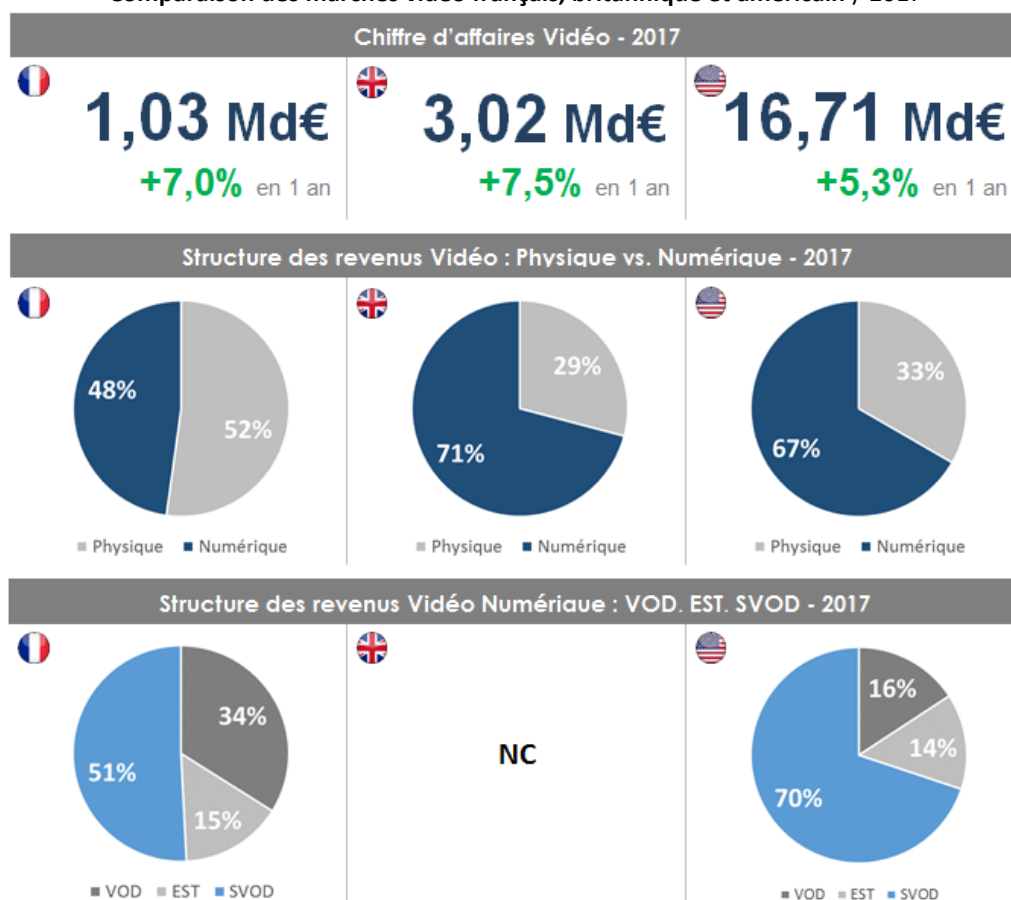
NPA Conseil sur données CNC-GfK

b. Des marges de croissance importantes en France

Avec un poids du numérique presque supérieur à celui du physique dans les revenus vidéo globaux et un modèle SVoD qui s'impose progressivement comme la nouvelle locomotive (d'ores et déjà deuxième source de revenus derrière le DVD), le marché français se rapproche de la tendance observée sur les autres grands marchés de consommation vidéo que sont les États-Unis et le Royaume-Uni. Sur chacun de ces marchés, le numérique s'est imposé comme la principale source de revenus et ce, dès 2016.

Des chiffres qui en disent long sur le potentiel du modèle SVoD et sur le chemin que pourrait prendre le marché français au regard de la dynamique du segment dans l'Hexagone depuis maintenant trois ans.

Comparaison des marchés vidéo français, britannique et américain / 2017



NPA Conseil sur données CNC-GfK, BASE et DEG

c. Des opportunités pour des services très spécialisés

Le marché français de la SVoD est aujourd'hui dominé par les grands services généralistes (Netflix, Canalplay, Amazon Prime Vidéo....) dont les catalogues rassemblent une grande variété de contenus (films, séries TV, jeunesse, documentaires, spectacles....)

Cependant, au-delà de ces services, un marché de services SVoD de niche, spécialisés dans un seul type de contenus, s'est développée en France et recouvre désormais une grande variété de thématiques. En France, on dénombre aujourd'hui 35 services de SVoD spécialisés dans des thématiques qui vont du documentaire, à

l'animation japonaise en passant par le spectacle vivant. Les services spécialisés dans les contenus jeunesse et ceux spécialisés dans le cinéma sont en particuliers très nombreux avec respectivement 8 et 7 services spécialisés dans ces thématiques.

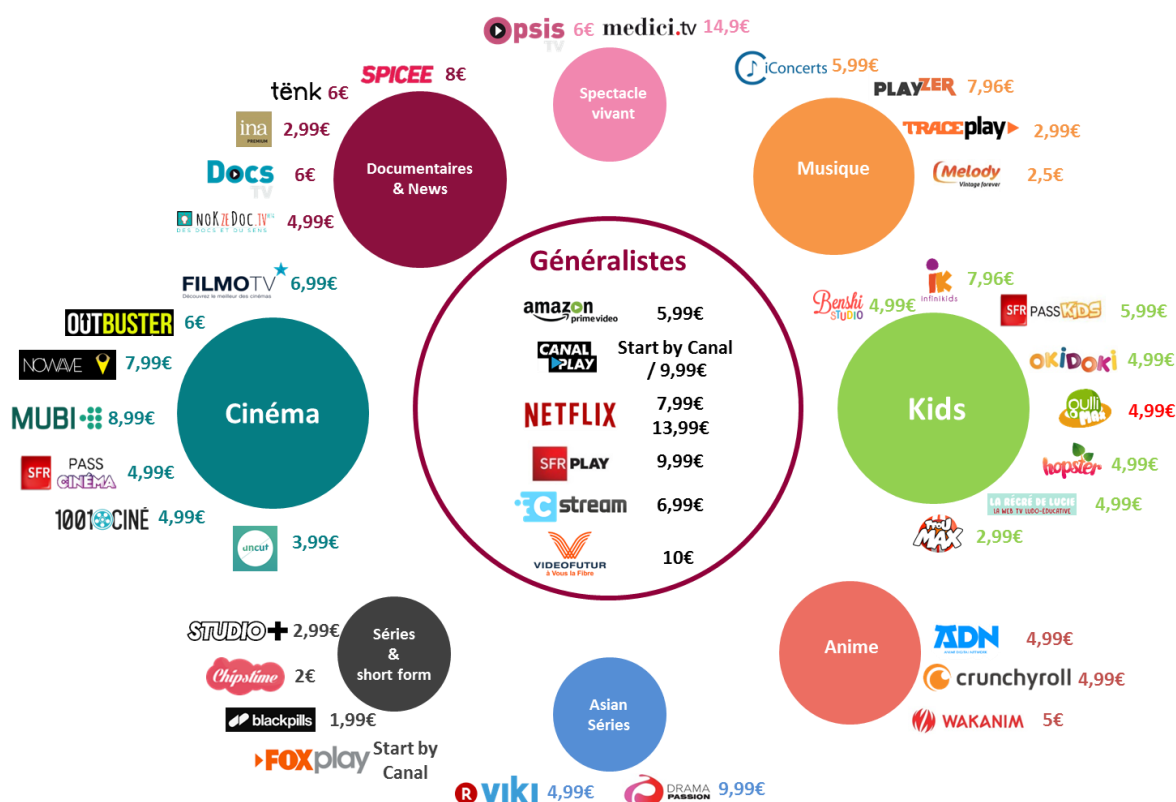
Le secteur de la SVoD de niche est d'ailleurs en plein essor puisque de nouveaux services s'ouvrent très régulièrement. Ainsi en un peu plus de 6 mois, 5 nouveaux services spécialisés se sont lancés en France dans le domaine du documentaire (DocsTV et NokzeDoc), de la série (Fox Play et Chipstime) et de la jeunesse (Benshi Studios).

A l'international également, les services de niche se développent rapidement et certains comptent désormais un grand nombre d'abonnés. C'est le cas du service spécialisé dans l'animation japonaise Crunchyroll qui a dépassé le million d'abonnés, du service Drama Fever spécialisé dans les soaps coréens qui revendique 300 000 utilisateurs actifs quotidiens ou encore de MUBI le service destiné aux cinéphiles qui aurait recruté plus de 100 000 abonnés. Dans l'ensemble on peut distinguer deux vecteurs de succès pour ces offres de niches. Une expertise reconnue grâce à une forte éditorialisation du catalogue ou en proposant des contenus introuvables ailleurs. Une proximité réelle avec un certain type de consommateur en réussissant à structurer une base de passionnés ou en ciblant directement des minorités ou communautés culturelles existantes.

Le développement des services de SVoD spécialisés constitue une opportunité économique. En effet, le marché de la SVoD généraliste nécessite désormais des investissements très lourds. Les grands services sont lancés dans une course coûteuse aux contenus exclusifs qui rend hasardeuse l'entrée sur le marché de nouveaux acteurs. D'ailleurs, la compétition est rude pour les acteurs déjà existants et un nombre croissant de services généralistes jettent l'éponge. En France, Jook a dû fermer son service en 2015, Watchever le sien en Allemagne en 2016 et tout récemment au Canada le service Shomi (Roger Communication/Shaw Communications) a baissé le rideau. Si le marché des services généralistes est compliqué, il existe encore des opportunités sur le segment des services plus spécialisés. En effet, le coût croissant des productions originales et des acquisitions peut conduire les services généralistes à se concentrer sur un plus petit nombre de contenus attractifs et donc à terme à délaisser les contenus plus spécialisés.

Le potentiel des services de niche n'a d'ailleurs pas échappé aux acteurs majeurs de l'industrie qui ont multiplié les investissements dans des services spécialisés recouvrant des thématiques très variées. Par exemple, le groupe Canal+ a ainsi lancé son service Studio+ spécialisé dans la série pour les milléniaux, Warner Bros a racheté le service spécialisé dans la fiction coréenne Drama Fever, et NBC-Universal a lancé Hayu, un service SVoD, dédié à la télé-réalité.

Ensemble des services de SVoD disponibles en France par thématique

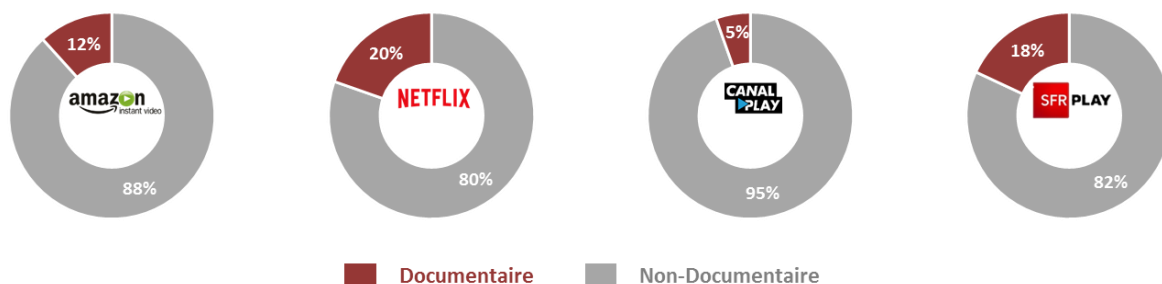


Ce constat est à l'avantage du service allindi qui se positionne sur une niche encore inoccupée et pourra même y bénéficier d'un avantage de primo-entrant. Il n'existe en effet pas à cette heure de services spécialisés dans une cible régionale et encore moins de services ciblant spécifiquement le public corse ou méditerranéen. En outre, de par sa vocation à proposer une variété importante de contenus, allindi disposera d'un catalogue varié plus comparable à celui d'un service généraliste, qu'à celui d'un service thématique. Seuls 6 services SVoD proposent aujourd'hui en France des catalogues couvrant tous les formats audiovisuels : Amazon, C-Stream, Canalplay, La Box Vidéo futur, Netflix et SFR Play.

allindi ne devrait cependant pas entrer en concurrence directe avec ces services généralistes. D'une part en raison de sa ligne éditoriale localisée, totalement absente des services généralistes évoqués précédemment mais également en raison du choix de proposer une part importante de documentaires.

En effet, le documentaire n'est qu'une composante mineure des catalogues des grands services généralistes comme Netflix ou Amazon. Ces derniers se concentrant plutôt sur les œuvres de fiction au sens large (films, séries et programmes pour enfant).

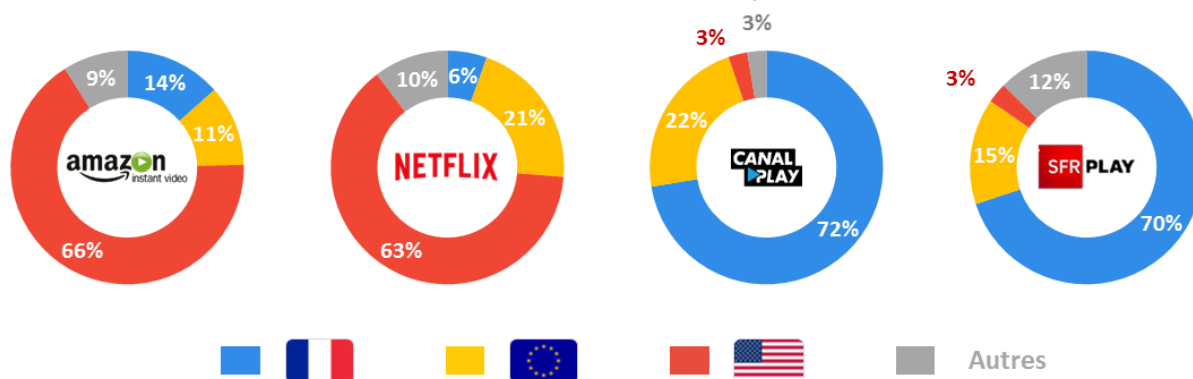
Part de l'offre documentaire dans les catalogues des services SVoD généralistes en France en % du nombre de titres/ février 2018



Source : NPA Conseil Baromètre de l'offre SVoD

En outre, Netflix et Amazon Prime propose seulement une très faible minorité de documentaires français ou européens, la grande majorité de leurs titres étant américains. Par conséquent, dans le domaine du documentaire ces services ne devraient pas entrer en concurrence directe avec l'offre d'allindi. Les catalogues de Canalplay et SFR proposent eux une majorité de documentaires français ou européens, mais le volume de leur offre totale est faible, ce qui réduit la probabilité d'une offre de titres en commun.

Répartition de l'offre documentaire par origine dans les catalogues des services SVoD généralistes en France en % du nombre de titres documentaire/ février 2018



Source : NPA Conseil Baromètre de l'offre SVoD

2. Le modèle économique d'allindi

a. Les cibles et le potentiel de recrutement

allindi sera lancé en deux phases distinctes : allindi bêta et allindi. allindi bêta est une version d'évaluation de la plateforme et propose tous les services qui seront disponibles lors de sa commercialisation, afin d'offrir à ses partenaires, à ses investisseurs et aux producteurs une vision concrète et fonctionnelle du service allindi. Cette première phase permet d'optimiser le design, d'élargir le catalogue (lequel sera développé graduellement, passant de 30 heures de programmes disponibles à 250) et d'affiner les contenus marketing (éditorialisation, newsletter, communication externe) pour offrir une qualité optimale lors du lancement commercial de la plateforme.

allindi bêta nécessite un amorçage financier permettant sa mise en place et prenant en charge les coûts d'accès techniques, l'acquisition de matériel, le design du site et le recrutement de personnels en charge de l'éditorialisation des contenus.

Dès son lancement, le catalogue allindi proposera plusieurs centaines d'heures de programmes : une centaine de documentaires, plusieurs dizaines de court-métrages, une dizaine de séries et de nombreux magazines culturels, touristiques ou écologiques.

L'ambition deux ans après le lancement est d'enrichir le catalogue avec des œuvres méditerranéennes et de diffuser le service hors de France permettant ainsi de faire rayonner à l'international les productions insulaires. À moyen terme, allindi souhaite transformer l'essai territorial Corse et proposer son service dans d'autres régions européennes ou ultramarines (Îles méditerranéennes, Catalogne, Bretagne, Pays-Basque, Antilles).

La pertinence de l'offre et donc la qualité ainsi que le renouvellement du catalogue sont des éléments absolument fondamentaux pour convaincre puis fidéliser une base d'utilisateurs suffisante.

La modélisation économique du service de vidéo à la demande par abonnement allindi sur les trois premières années d'exercice repose notamment sur cette montée en puissance du catalogue qui entraînera des effets de cercle vertueux. Les revenus générés par les premiers abonnements permettront des investissements dans le catalogue qui auront à leur tour des effets sur le recrutement de nouveaux abonnés et la fidélisation des premiers inscrits.

Pour autant, dans un souci de cohérence et de responsabilité quant à la pérennité et la viabilité du service à long terme, les estimations prennent en compte l'économie compliquée à laquelle est confronté un service de vidéo à la demande par abonnement au moment de son lancement. Les taux de recrutements sont toujours très faibles au démarrage car le recrutement nécessite une visibilité et une exposition toujours très lente à s'installer malgré les efforts de marketing et de publicité envisagés pour allindi. Un plan de communication est prévu dès le lancement, avec une communication virale sur les réseaux sociaux (appel à rejoindre les abonnés, clins d'œil de personnalité, médiatisation de l'offre) ainsi qu'à travers une campagne de publicité payante en ligne et dans les médias traditionnels, mais les effets ne pourront être immédiats. De même, une fois les recrutements effectués les taux de désabonnement (Churn) sont élevés, le service ne pouvant espérer conserver l'ensemble des abonnés particuliers sur une longue période.

Ainsi, la modélisation économique du service sur les 36 premiers mois d'exercice repose sur des estimations extrêmement prudentes tant pour les recrutements mensuels que pour les taux de désabonnement.

Pour autant, malgré ce scénario volontairement modeste, les estimations de revenus montrent que si le service allindi a besoin d'une forte implication des collectivités locales pour son amorçage, il peut en revanche rapidement s'inscrire dans un modèle économique d'autofinancement.

De plus, l'originalité du modèle économique avec le développement d'abonnements à destination des professionnels de l'hôtellerie & du tourisme et des collectivités locales à côté des abonnements particuliers apporte une sécurisation plus importante des revenus.

Quatre types de clients potentiels ont été identifiés :

- Les consommateurs individuels : il s'agit d'un bassin de 140 000 ménages en Corse.
La clientèle visée est grand public : amateurs de films et de documentaires, de séries humoristiques ou de captations de concerts. Le service de SVOD allindì est capable d'attirer une clientèle constituée de jeunes cadres de la classe moyenne dynamique désireux de visionner des programmes que l'on voit peu à la télévision mais aussi un public jeune heureux d'appartenir à une communauté numérique aux contours bien définis. De plus ce bassin potentiel possède l'équipement et la connectivité nécessaire pour découvrir puis utiliser le service. En effet, le baromètre numérique 2016 de l'île indique clairement qu'en Corse, les ménages sont connectés et optent volontiers pour une offre numérique. Avec 85% d'ordinateurs à la maison, 67% de téléphones portables, 48% de tablettes tactiles et 10% d'objets connectés, les foyers Corses font figure de champions du digital. 68% des usagers assurent utiliser ces outils pour regarder des vidéos en ligne. Et les corses utilisent ces moyens sous le prisme commercial (en 2016, 76% des internautes corses ont effectué des achats en ligne).
- La diaspora corse et les amoureux et amis de la Corse
Si le secteur géographique principal de l'offre reste le territoire corse, la distribution du service sur internet va permettre de toucher des centaines de milliers de corses de la diaspora hors de l'île ainsi que plusieurs millions de touristes qui chaque année visitent la Corse et dont certains auront découvert le service allindì lors de leur séjour. Le potentiel, difficile à chiffrer est très important. Sans compter tous les amoureux du cinéma et du documentaire qui, n'importe où en France, pourront entendre parler d'allindì. Il s'agit certes d'un public cible plus lointain mais dont le potentiel ne cessera de grossir à mesure que le service s'ouvrira à tous les contenus méditerranéens.
- Les professionnels de l'hébergement touristique
En 2016, le nombre de nuitées passées dans les hébergements marchands de Corse (Hôtels, Campings et Autres hébergements collectifs de tourisme - AHCT) s'établit à 9,7 millions. Au cours de l'année 2016, les touristes ont passé 3,1 millions de nuitées dans les hôtels insulaires (en hausse de 3,4 % sur un an). Au total, dans le secteur de l'hébergement marchand, 2 209 établissements (y compris les gîtes) étaient ouverts en août 2016 (donnée ATC, Agence du Tourisme de la Corse) pour une capacité d'accueil journalière de 142 000 places-lits.

Fréquentation des hôtels de Corse en 2016				
	Mai à septembre 2016	Evolution 2015-2016 (%)	Année 2016	Evolution 2015-2016 (%)
Ensemble des nuitées	2 578 300	2,6	3 135 000	3,4
Dont : Nuitées françaises	1 797 800	0,5	2 270 100	1,6
Nuitées étrangères	780 500	7,8	864 900	8,5
Dont : 1 et 2 ★	427 300	1,5	526 800	1,1
3 ★	1 390 200	3,2	1 668 000	3,7
4 ★ et plus	457 600	4,1	578 800	5,0
Non classés	303 200	- 1,1	361 400	3,3

x

Source : Insee Dossier Corse n°7 - Mai 2017

Les 424 hôtels, 185 campings et 157 AHCT (Autres hébergements collectifs de tourisme tels que résidences de tourisme et hôtelières, villages de vacances, maisons familiales) présents sur l'île sont des cibles privilégiées pour allindì qui pourra être utilisé comme un nouveau service inclus dans les prestations offertes aux clients. Les attentes en termes de services innovants, capable de différencier l'offre et de fidéliser les clients sont en effet importantes. Ainsi par exemple, selon une étude de Wanup de juillet 2017 (programme de fidélité hôtelière rassemblant hôtels indépendants et chaînes hôtelières) 37,5% des utilisateurs en France estiment que les programmes de fidélité pourraient être encore

améliorés. Et concernant les nouveaux services à proposer, l'abonnement à Netflix est le service « extra » le plus susceptible de rendre l'expérience de voyage encore plus agréable : 54% des sondés le sollicitent. Un abonnement allindî proposé sans supplément aux clients d'un établissement a donc toutes les chances de convaincre les professionnels du tourisme et de l'hôtellerie.

- Les institutions publiques et scolaires en Corse

L'île compte 55 médiathèques municipales, 29 collèges et lycées et une université. allindî proposera des abonnements collectifs à l'ensemble de ces institutions qui jouent un rôle essentiel dans l'exposition et l'accès à la culture insulaire. La bibliothèque au sens large a su adapter son offre et ses services à l'évolution des supports et des pratiques culturelles engendrée par la révolution numérique et Internet. La vidéo à la demande fait désormais partie intégrante des supports proposés par les médiathèques à leur public afin d'offrir un nouvel accès à la culture. La Médiathèque Numérique éditée par la chaîne publique Arte connaît ainsi un succès croissant avec plus de 160 partenaires, diffusant le service sur plus de 2500 communes (chiffres 2016). allindî va donc répondre à un besoin en proposant d'ancrer les médiathèques et les institutions dans leur territoire grâce à des contenus en lien avec l'actualité culturelle locale.

De plus, sans avoir pour vocation première la transmission pédagogique, allindî propose néanmoins un grand nombre de films historiques, scientifiques susceptible d'accompagner une transversalité pédagogique au sein des établissements scolaires et universitaires. En 2016, 60% des enseignants déclaraient utiliser des ressources en lignes dans le cadre de leur pédagogie. C'est un chiffre qui permet d'imaginer qu'allindî devienne un outil auquel s'abonne un nombre significatif d'établissements scolaires.

140 000 ménages, plusieurs centaines de milliers de corse de la diaspora hors de l'île, près de 800 établissements d'hébergement touristique, 55 médiathèques, 30 établissements scolaires... la taille du marché cible est donc conséquente. C'est à l'aune de cette base de recrutement qu'il convient de comparer le scénario extrêmement prudent sur lequel se base la modélisation économique du service de vidéo à la demande par abonnement allindî sur trois ans.

b. La modélisation économique sur trois ans

Les tableaux complets sur lesquels se basent la modélisation (nombres de recrutements mensuels, taux de désabonnements mensuels, chiffres d'affaires mensuels etc.) se trouvent en annexe de ce document.

Année 1

La première année correspond à une phase d'amorçage pour le service. Le rythme attendu de recrutement mensuel est donc très modeste avec en moyenne 245 nouveaux abonnés par mois sur l'année. On note néanmoins une réelle montée en puissance, très progressive sur les 12 premiers mois puisque l'on passe de 100 recrutements seulement en mois 1 à 300 recrutements à partir du mois 10.

Au total allindî prévoit de recruter près de 3000 curieux sur les 12 premiers mois.

En revanche tous ne resteront pas durablement. Le taux de désabonnement est en effet très élevé avec plus d'un tiers des recrutés qui choisissent de se désabonner dès la fin du premier mois. Parmi ceux qui restent on prévoit de nouveau 9% de désabonnement supplémentaire en mois 2 et 3. Le churn ralentit en revanche pour la grosse moitié des abonnés qui au bout de trois mois choisissent de rester sur le service. Au global, le Churn moyen sur la première année de l'exercice se situe à 46 %, ce qui reflète la réalité d'un service qui n'est pas encore complètement installé et dont le catalogue est encore insuffisant pour retenir durablement tous les abonnés.

La modélisation économique réalisée sur ces projections réalistes conduit à un prévisionnel de 60 000 € de recettes pour les abonnements particuliers en année 1.

Ce poste de recettes est complété par les revenus issus de la commercialisation d'abonnements spécifiques auprès des établissements hôteliers et touristiques d'une part, et auprès des Collectivités au sens large (tissu des médiathèques, institutions culturelles, établissements scolaires du secondaire et universitaires) d'autre part.

Le modèle économique repose sur un abonnement mensuel sans engagement de 60€ pour chaque établissement (avec possibilité d'annualisation à 720€) donnant droit en fonction de la nature de l'établissement à une consommation illimitée sur la plateforme allindi dans la limite de 1500 abonnés activés par an (hôtellerie & tourisme) ou bien d'un plafond de 15 000 visionnages par an et par abonnement professionnel pour les collectivités.

En année 1 allindi prévoit la signature de l'équivalent de 45 abonnements professionnels permanents (sur 12 mois pleins) ou 113 abonnements au global mais de manière discontinue. Si les abonnements des collectivités seront majoritairement annuels et pérennes, ceux des établissements hôteliers et touristiques seront en revanche soumis à une saisonnalité beaucoup plus marquée.

Les recettes annuelles en année 1 des abonnements professionnels seront de 32 000 €.

En additionnant les recettes annuelles des abonnements particuliers et professionnels allindi dégagera en année 1 un chiffre d'affaires prévisionnel compris entre 90 et 100 000 €.

Année 2

La deuxième année est marquée par trois éléments structurants.

D'abord une stagnation du nombre de recrutements mensuels auprès des particuliers. Le rythme de recrutement de 245 abonnés par mois en moyenne en année 1 ne passe qu'à 252 en année 2. L'effet de curiosité ne joue plus et le développement du catalogue ainsi que les efforts marketing ne sont pas encore suffisants pour faire décoller les abonnements.

En revanche, les retours d'expérience de l'année 1 permettent des avancées importantes en termes de politique éditoriale et de qualité de l'expérience utilisateur qui conduisent à fidéliser le parc d'abonnés existant. Les taux de désabonnement sont donc moins importants pour se stabiliser à 35% pour les abonnés recrutés en année 2 contre 46% l'année précédente. Ainsi sur 3025 abonnés recrutés sur l'ensemble de l'année, 1981 sont encore présents 12 mois plus tard.

Cette chute de dix points permet, malgré un nombre de recrutements quasiment équivalent sur les deux années d'augmenter de manière significative les recettes. Le chiffre d'affaires des abonnements individuels dépassent donc en année 2 les 152 000 €, soit 90 000 € de plus qu'en année 1. Une augmentation du CA qui permet au service de poursuivre sa croissance, son inscription durable dans le paysage audiovisuel insulaire et de respecter les grandes lignes de son business plan.

L'année 2 est essentiellement marquée par une augmentation significative du chiffre d'affaires lié aux abonnements professionnels. La majorité des 76 abonnements actifs à la fin de l'année 1 sont reconduits et pérennisés sur l'ensemble de l'année 2. La satisfaction des médiathèques et autres établissements publics étant l'une des principales explications. En parallèle le rythme de recrutement est maintenu (autour de 150 nouveaux abonnements sur l'année en plus des comptes qui ont été fidélisés) avec toujours une saisonnalité importante, le printemps étant particulièrement propice en raison de la préparation de la haute saison touristique du côté du segment de l'hôtellerie. A la fin de l'année 2 le nombre d'abonnements professionnels est de 126 soit + 65% par rapport à la fin de l'année 1. Le chiffre d'affaires dégagé par les abonnements professionnels est de 79 000 € en année 2.

Ainsi, malgré une année décevante du côté des particuliers, la complémentarité au sein du modèle économique entre abonnements particuliers et professionnels permet à allindì de dégager plus de 230 000 € de recettes.

Année 3

Il s'agit de l'année de la maturité pour allindì grâce à un modèle de développement qui porte ses fruits. Les premiers contenus originaux arrivent sur la plateforme et la politique de redistribution a permis au service de s'installer comme un acteur reconnu dans le tissu industriel de l'audiovisuel en Corse. Le catalogue grossit et s'enrichit régulièrement de nouveaux programmes grâce à la multiplication des accords avec les fournisseurs, entreprises de productions, associations et réalisateurs indépendants.

En termes d'exposition les progrès sont également importants notamment grâce à un accord de distribution avec Orange sur la Fibre et une promotion au sein de la plateforme numérique de Via Stella. Enfin, la seconde phase du projet, le développement international, commence à prendre forme notamment via une ouverture de la plateforme à de nouveaux contenus méditerranéens.

Dans ce contexte, les abonnements particuliers repartent nettement à la hausse avec un rythme de recrutement mensuel qui passe de 252 en année 2 à 360 en moyenne en année 3. Sur l'ensemble de l'année ce sont 4345 abonnements particuliers qui auront été signés. Et la satisfaction se reflète dans le taux de Churn qui se maintient à 38%. A la fin du troisième exercice, plus de 3 300 particuliers sont abonnés à allindì dont 121 qui avaient été recrutées en année 1 et sont restés fidèles depuis. Le taux de churn sur trois ans est de 68%.

Le chiffre d'affaires est logiquement en hausse pour atteindre 208 000 € contre un peu plus de 150 l'année précédente (+36%).

L'année est également très satisfaisante pour les abonnements professionnels. Les recrutements se poursuivent sur un rythme de croisière d'une quinzaine par mois. Mais surtout, le taux de renouvellement des abonnements signés en année 2 est complet, traduisant là aussi une installation durable du service allindì dans le paysage insulaire. Les abonnés professionnels sont fidèles avec un taux de désabonnement beaucoup plus faible que pour les particuliers, de 60% seulement sur les 36 mois. L'enjeu à partir de l'année 3 n'est plus le recrutement des abonnés professionnels qui a atteint un plafond mais la fidélisation des abonnés existants. Le chiffre d'affaires des abonnements professionnels en année 3 dépasse désormais les 100 000 €, soit environ la moitié de ce que représente les recettes liées aux abonnements particuliers.

Le chiffre d'affaires global pour la troisième année atteint 324 000 € et permet à allindì d'être non seulement rentable mais d'avoir prouvé ses capacités d'autofinancement. Le CA aura été multiplié par 3,5 en trente-six mois, passant d'un peu moins de 100 000 € à presque 325 000 €.

3. Les opportunités pour la Corse d'un nouveau diffuseur sur le territoire

La ligne éditoriale, le modèle économique singulier vis-à-vis des producteurs, les relations nouées avec les autres acteurs insulaires vont permettre non seulement le succès public et commercial du service mais également de bénéficier à l'ensemble du tissu industriel audiovisuel local et à la culture corse.

a. allindi, un outil de promotion culturelle

Une plateforme bilingue pour la valorisation de la langue corse

allindi proposera une plateforme bilingue en français et en corse. Dès la mise en place de la version bêta, le service démontrera qu'un sous-titrage intégral des films en langue française du catalogue en langue corse est possible tout autant qu'un sous-titrage en corse des films proposés en langue française. Cette activité très dense demande, en plus des moyens humains propres à la gestion courante et à l'éditorialisation de la plateforme, des ressources humaines compétentes et intéressées par cette activité conjuguant bilinguisme, technique littéraire et cinéphilie.

Par ailleurs la traduction intégrale du catalogue est une première étape permettant de valider l'internationalisation de la plateforme, son rayonnement hors de Corse et hors de France. De fait, la technologie choisie par allindi permet l'intégration de sous-titres en plusieurs langues et les développements techniques en cours auprès du prestataire laissent espérer la possibilité d'accès aux films avec un choix de doublages lorsqu'ils existent. La version bêta devrait être proposée avec, à son ouverture, 30 heures de programmes. Ce catalogue d'ouverture de la version non-commerciale sera accessible avec l'intégralité des films traduits et sous-titrés en français et en corse grâce à la constitution d'une brigade de traducteurs. Le développement d'un processus de traduction des documents choisis sera susceptible d'être adapté et réutilisé pour le lancement officiel de la plate-forme et de ses 250 heures de programmes.

Cette démarche est sous-tendue par une double intention :

- Premièrement, en tant que plateforme territoriale de l'audiovisuel et du cinéma corse mais aussi du public insulaire, il est essentiel de proposer un véritable outil de ré acquisition culturelle : le bilinguisme est ici un enjeu majeur de la démarche globale de la création de la plateforme.
- Ensuite, l'émergence d'un tel outil territorial résolument corse et ayant vocation à s'ouvrir à d'autres territoires et minorités linguistiques permet d'imaginer une alternative crédible à la domination, sur le marché international de la Vidéo à la Demande, des grands groupes que américains et Apple et de proposer une programmation indépendante et axée sur les questions de culture, de territoires et de l'identité.

Le service allindi est pour l'heure inédit sur le territoire insulaire et plus largement Français. C'est en soi une opportunité unique de faire rayonner la production des territoires sur le plan national et international.

Un rôle de conservation et de valorisation du patrimoine cinématographique et audiovisuel

allindi est générateur d'une dynamique collective dans la filière audiovisuelle et cinématographique corse où tous les acteurs bénéficient, pour leurs œuvres, d'une offre de visibilité accrue. C'est une stratégie de valorisation culturelle qui se dévoile avec allindi, une initiative permettant de proposer de nouvelles approches, un nouveau rapport aux œuvres et au patrimoine cinématographique et audiovisuel corse.

Le patrimoine filmique insulaire est dense et la présence sur le territoire de la Cinémathèque de Corse offre une véritable chance pour la survie et la valorisation de ce patrimoine. Chacun sur l'île souhaite voir et revoir ce fond d'archives professionnelles et amateurs. Porté par la volonté de mettre à la disposition de chacun l'ensemble de ces films, allindì souhaite élaborer en partenariat avec A Casa di Lume et la CTC une stratégie de diffusion propre pour ces fonds précieux. Chaque mois des films cédés par la cinémathèque seront ajoutés, sous forme de collection, au catalogue allindì. Ces collections seront thématiques et directement liées à un événement, un lieu ou une histoire insulaire.

U mese di a Casa di Lume est une mise en relief du travail d'archivage et de numérisation des nombreux dons d'archives individuelles initiés depuis de nombreuses années par l'association "La Corse et le cinéma" puis par la Cinémathèque au sein de la Collectivité Territoriale de Corse. Le succès de nombreuses initiatives privées (« Ajaccio aux siècles passés », « Bastia tempi fà ») mais aussi de programmes de télévision montre l'importante demande du public corse en terme d'accès à ce patrimoine commun. Avec U mese di a Casa di Lume, Cinémathèque et allindì travaillent de concert à l'élaboration du contenu de chaque collection. allindì met en ligne et héberge sur ses serveurs des films aujourd'hui confidentiels qui méritent de rencontrer le public.

allindì va donc apporter une contribution significative à une meilleure diffusion et une meilleure circulation des œuvres permettant ainsi, grâce à la distribution du service sur internet, le rayonnement de la création et de la culture corse.

b. allindì au service du soutien et du développement de la création et de la production locale

Un rôle de partenaire avec l'ensemble de l'écosystème cinématographique et audiovisuel de la Corse

allindì est une initiative en totale immersion dans l'écosystème cinématographique et audiovisuel de la Corse qui, plus petite région de France, recense pourtant plus d'une vingtaine de sociétés de production audiovisuelle sur son territoire, un IUT di Corsica - Filière Cinéma-Audiovisuel et comme mentionné la cinémathèque A Casa di Lume.

Le travail des sociétés de productions indépendantes et les films autoproduits sont au cœur de la démarche allindì. Depuis de nombreuses années, et avec le concours du diffuseur régional, une véritable filière pérenne a pu se mettre en place afin de proposer aux corses une création audiovisuelle et cinématographique de qualité. Les producteurs constituent une des clés de voûte de cette réussite. C'est à leur travail et à leur énergie déployés depuis presque 40 ans que le service allindì propose de donner un second souffle.

Aujourd'hui les occasions de voir et revoir des films issus de la production insulaire sont rares. Les créneaux de diffusion manquent sur les chaînes de télévisions et les cinémas ne peuvent pas, d'un point de vue économique, dédier assez de plages de programmation à la création insulaire. Pourtant, le public existe et répond présent lors des événements ponctuels. La réussite des outils développés conjointement par les productions, la Collectivité et l'Université font de la Corse aujourd'hui une véritable terre de cinéma. Dans un secteur désormais mature, de nombreux films autoproduits et sans diffuseurs offrent une diversité des regards et un cinéma de qualité.

allindì devient, à travers son catalogue et la réunion des différents types de création cinématographique et audiovisuelle, un espace commun d'expression et de diffusion.

S'il est possible, aujourd'hui, d'envisager des initiatives telles qu'allindì c'est également parce que la Corse est une région dynamique dans les domaines d'excellence que constituent le multimédia, l'audiovisuel et le web. Ce dynamisme est intimement lié à la présence sur le territoire d'une université capable d'accompagner les filières d'avenir grâce à des formations d'élite. La qualité des productions issues de l'IUT, du Diplôme d'Université « Écrire Produire et Réaliser » est au niveau des standards internationaux. Pour allindì la présence de films de fins d'études des filières Cinéma et Audiovisuel de l'Université de Corse au sein du catalogue est essentielle. Ces

films, référencés et identifiés à l'aide du mot clé Università di Corsica sont inclus dans les catégories de la plateforme de la même manière que les œuvres de productions indépendantes.

Le choix d'un modèle économique de redistribution vers les producteurs et au service de la création originale

Pour constituer son catalogue, la stratégie d'allindì repose sur un lien direct avec les producteurs et les coproducteurs. Chaque film fait l'objet d'un mandat de diffusion.

Une part des abonnements perçus sert à rétribuer les producteurs. Ce « Fond producteurs » est proche d'un principe de collectivisation des revenus. En effet, un pourcentage fixe du fond producteurs sera automatiquement reversé à toutes les sociétés de productions et à tous les producteurs intégrant tout ou partie de leur catalogue à celui d'allindì. Une part variable est également distribuée en plus aux producteurs en fonction des visionnages des usagers. Avec allindì, cette redistribution de droits est d'environ 24% du prix de l'abonnement H.T.

Par ailleurs, un Fond d'apports numéraires est créé dès la création du service afin d'investir une part du chiffre d'affaire d'allindì dans les productions insulaires, permettant à la fois d'enrichir le catalogue de nouveaux contenus, mais aussi de mieux financer et d'accompagner les sociétés de productions insulaires. Créant un marché qui n'existe pas encore pour la production indépendante en Corse, allindì réserve une part des recettes des abonnements et les met à disposition de projets cinématographiques insulaires sous forme de coproduction.

Ce fond d'apport numéraire est affecté à des œuvres originales de fictions ou de documentaires. La sélection des projets est effectuée par une commission régulièrement renouvelée et composée de professionnels du cinéma et de l'audiovisuel ainsi que divers acteurs culturels. Constituée avec le souci d'objectivité par les équipes d'allindì cette commission étudiera les dossiers artistiques et les stratégies de productions des projets soumis.

Enfin, parce qu'il serait impossible de proposer aux publics un large catalogue créatif sans l'existence d'artistes, auteurs, compositeurs et techniciens, allindì s'inscrit dans la valorisation du rôle des créateurs. Les œuvres du catalogue allindì font l'objet de cotisations auprès des organismes de répartitions de droits (SACD, SCAM, SACEM etc...) permettant ainsi aux créateurs de voir la rémunération de leurs œuvres garantie par leurs organismes respectifs.

Soucieux d'initier une nouvelle façon de considérer les œuvres filmiques dans une industrie en mutation, allindì souhaite donc s'imposer rapidement comme un partenaire essentiel pour l'ensemble des acteurs de l'audiovisuel en Corse et au-delà.

c. allindì au service de l'aménagement numérique du territoire corse

Outre sa politique éditoriale ambitieuse, allindì revendique la qualité technique de sa plateforme **avec un prestataire technique** est déjà partenaire de Tènk (service SVOD dédié au documentaire de création) et d'Outbuster (service SVoD des fictions indépendantes). Les capacités technologiques du service allindì permettent le visionnage de plusieurs centaines de vidéos par plusieurs milliers d'utilisateurs simultanés. Accessible à tous et ergonomique, l'interface claire permet à chaque usager (quel que soit sa maîtrise de l'informatique) de trouver simplement un contenu et d'y accéder en deux clics. C'est avec l'assurance d'une technologie à la pointe et de qualité qu'allindì est en mesure de proposer une plateforme vidéo capable d'optimiser la qualité de flux vidéo HD et SD, de la connexion la plus lente à la plus rapide, sur tous types de machines (ordinateur, tablette, smartphone et télévision numérique).

Pour autant, allindì souhaite s'imposer comme un des leviers d'adoption du très haut débit en Corse, laquelle nécessite en effet des expériences vidéo innovantes.

Le Très haut débit est inutile pour vendre de la télévision classique. La vidéo à la demande représente le premier levier de court terme à activer par les opérateurs pour rentabiliser leurs investissements dans les réseaux en augmentant l'ARPU (consommation data pour le très haut débit mobile, revenus additionnels sur le fixe) et en générant de l'Upsell vers le THD (offres réservées aux abonnés très haut débit, débit nécessaire pour certains contenus – 4K, services de réalité virtuels...). Outre ces opportunités, l'intégration croissante de la vidéo à la demande dans les offres et dans le marketing des offres est une nécessité alors que les nouveaux agrégateurs et distributeurs OTT s'imposent progressivement comme des services complémentaires à la TV linéaire et sont utilisés comme produits d'appel pour les nouveaux terminaux de streaming ou Box OTT, qui entendent concurrencer les opérateurs de réseaux sur leur position privilégiée de porte d'entrée vers le téléviseur.

Ce sont les contenus audiovisuels qui ont permis aux opérateurs de réseaux de devenir plus que des opérateurs de réseaux et d'installer leur box au centre des foyers pour développer de nouvelles offres de services. Ce sont de nouveaux les contenus audiovisuels qui sont appelés à jouer un rôle de premier plan pour défendre ces positions acquises. D'agrégateurs de chaînes de télévision, les opérateurs se transforment en agrégateurs de contenus : chaînes linéaires, télévision de rattrapage, nouveaux contenus vidéo exclusifs, vidéo à la demande ...

allindì souhaite donc accompagner cette ouverture des plates-formes des opérateurs à la vidéo à la demande qui va se poursuivre et s'amplifier. Orange, fournisseur d'accès incontournable en Corse, qui déploie actuellement la fibre sur l'île, se montre particulièrement intéressé par la démarche d'allindì et les deux acteurs collaborent pour définir une stratégie publicitaire efficiente permettant de valoriser les offres d'abonnement à la Fibre Optique grâce à un abonnement à allindì.

ANNEXE 2 Modélisation économique NPA Conseil - ALLINDI 36 mois

Abonnements individuels

Nouveaux abonnés		Mois 1 Mois 2 Mois 3 Mois 4 Mois 5 Mois 6 Mois 7 Mois 8 Mois 9 Mois 10 Mois 11 Mois 12 Mois 13 Mois 14 Mois 15 Mois 16 Mois 17 Mois 18 Mois 19 Mois 20 Mois 21 Mois 22 Mois 23 Mois 24 Mois 25 Mois 26 Mois 27 Mois 28 Mois 29 Mois 30 Mois 31 Mois 32 Mois 33 Mois 34 Mois 35 Mois 36																																						
Mois 1	100	100	66	60	55	53	50	50	48	44	44	44	44	44	43	38	35	31	28	25	23	20	19	17	16	12	9	7	5	4	4	4	3	3	3	2	2	-98%		
Mois 2	200		100	66	60	55	53	50	48	44	44	44	44	44	44	43	38	35	31	28	25	23	20	19	17	17	16	12	9	7	5	4	4	4	3	3	3	2	2	-98%
Mois 3	250			250	165	150	137	133	126	126	120	109	109	109	109	109	107	96	86	78	70	63	57	51	47	43	39	29	22	16	12	11	10	9	8	7	7	-97%		
Mois 4	250				200	132	120	109	106	101	101	96	87	87	87	87	87	85	77	69	62	56	50	45	41	38	35	31	23	17	13	10	9	8	7	6	6	-97%		
Mois 5	250					250	165	150	137	133	126	126	120	109	99	99	99	99	97	87	79	71	64	57	52	46	43	39	35	27	20	15	11	10	9	8	7	-97%		
Mois 6	250						250	165	150	137	133	126	126	120	109	109	109	109	107	96	86	78	70	63	57	51	47	43	39	29	22	16	12	11	10	9	8	-97%		
Mois 7	250							250	165	150	137	133	126	126	120	109	109	109	109	107	96	86	78	70	63	57	51	47	43	39	29	22	16	12	11	10	9	-96%		
Mois 8	250								250	165	150	137	133	126	126	120	109	109	109	109	107	96	86	78	70	63	57	51	47	43	39	29	22	16	12	11	10	-96%		
Mois 9	250									250	165	150	137	133	126	126	120	109	109	109	109	107	96	86	78	70	63	57	51	47	43	39	29	22	16	12	11	-96%		
Mois 10	300										300	198	180	164	159	151	151	144	131	131	131	128	115	104	93	84	76	68	61	57	52	47	35	26	20	15	13	-96%		
Mois 11	300											300	198	180	164	159	151	144	131	131	131	131	128	115	104	93	84	76	68	61	57	52	47	35	26	20	-90%			
Mois 12	300												300	198	180	164	159	151	144	131	131	131	131	128	115	104	93	84	76	68	61	57	52	47	35	26	-91%			
Mois 13	250													250	165	150	137	133	126	126	120	109	109	109	109	109	107	96	86	78	70	63	57	51	47	43	39	-88%		
Mois 14	250														250	165	150	137	133	126	126	120	109	109	109	109	109	107	96	86	78	70	63	57	51	47	43	-84%		
Mois 15	250															250	165	150	137	133	126	126	120	109	109	109	109	109	107	96	86	78	70	63	57	51	47	-83%		
Mois 16	250																250	165	150	137	133	126	126	120	109	109	109	109	109	107	96	86	78	70	63	57	51	-81%		
Mois 17	275																	275	182	165	150	146	139	139	132	120	120	120	120	117	106	95	86	77	69	62	56	-80%		
Mois 18	250																		250	165	150	137	133	126	126	120	109	109	109	109	107	96	86	78	70	63	57	-77%		
Mois 19	250																			250	165	150	137	133	126	126	120	109	109	109	109	107	96	86	78	70	63	-75%		
Mois 20	250																				250	165	150	137	133	126	126	120	109	109	109	109	107	96	86	78	70	-72%		
Mois 21	250																					250	165	150	137	133	126	126	120	109	109	109	109	107	96	86	78	-69%		
Mois 22	250																						250	165	150	137	133	126	126	120	109	109	109	109	107	96	86	-65%		
Mois 23	250																							250	165	150	137	133	126	126	120	109	109	109	109	107	96	-62%		
Mois 24	250																								250	165	150	137	133	126	126	120	109	109	109	109	107	96	-57%	
Mois 25	300																									300	198	180	164	159	151	151	144	131	131	131	131	-56%		
Mois 26	300																										300	198	180	164	159	151	151	144	131	131	131	-56%		
Mois 27	325																											325	215	195	178	172	164	164	155	142	142	-56%		
Mois 28	350																												350	231	210	191	186	176	176	167	152	-56%		
Mois 29	375																													375	248	225	205	199	189	189	179	-52%		
Mois 30	300																														300	198	180	164	159	151	151	-50%		
Mois 31	400																															400	264	240	219	212	201	-50%		
Mois 32	375																																375	248	225	205	199	-47%		
Mois 33	370																																	370	244	222	202	-45%		
Mois 34	400																																		400	264	240	-40%		
Mois 35	450																																			450	297	-34%		
Mois 36	400	4345																																			400	0%	-38%	

Recrutement		10320	Nbr abonnés	100	166	376	480	640	775	908	1032	1152	1318	1461	1602	1687	1775	1870	1968	2080	2149	2208	2263	2313	2350	2391	1990	2424	2500	2560	2633	2717	2806	2803	2922	2978	3042	3131	3260	3318	-68%																				
CA	ETTC	4€/mois		400	664	1504,2	1919	2559	3101	3631	4128	4609	5271	5843	6407	6748	7098	7482	7871	8320	8595	8834	9053	9252	9398	9563	9695	10000	10239	10534	10866	11223	11518	11909	11912	12167	12525	13039	13272	280621																					
				40036																			101908																			138677																			280621

Abonnements professionnels

[illegible][illegible]

72316

181255

256154

ANNEXE 3

BUDGET PREVISIONNEL 2020 - PLATEFORME SVOD ALLINDI					
CHARGES PREVISIONNELLES		%	PRODUITS PREVISIONNELS		%
Charges de Personnel	58 000	61,11%	Recettes	7 048	7,43%
Droits et études	4 200		Ventes d'abonnements (08/2020 - 12/2020)	7 048	
Salaires	28 000				
Charges sociales patronales	16 800				
Acquisition de films	9 000				
Administration	1 900	2,00%	Subventions affectées	85 000	89,56%
Comptable	1 500		Collectivité de Corse - Convention d'Objectifs	80 000	
Conseils divers	400		CNC - PGE SMAD (oct 2020/février 2021)	5 000	
Transports / Moyens techniques	16 525	17,41%	Autres	2 857	3,01%
Transport et défraiement	4500		Prestations techniques (ALLINDI SAS)	2 857	
Moyens techniques	1500				
Frais d'hébergement plateforme SVOD	4500				
Achat petit matériel	1 200				
NAS - Serveur de stockage	2800				
Abonnement sauvegarde cloud	600				
Abonnement AVID	706				
Abonnement suite Office	720				
Promotion	7 300	7,69%			
Achat espace pub (affichage)	2 000				
Achat espace publicitaire (campagne cinéma/presse)	2 500				
Gratifications partenaires	800				
Prestation graphiste/maquettiste	2 000				
Charges de Fonctionnement	11 179	11,78%			
Electricité	1 000				
Locations immobilières	6 996				
Location et maintenance imprimante - papeterie	749				
Assurances	950				
Frais postaux courants	150				
Frais de télécommunication	985				
Services bancaires	350				
TOTAL Hors Taxes	94 905	100,00%	TOTAL Hors Taxes	94 905	

TABLEAU D'ECHEANCIER DE CREDIT DE PAIEMENT - FONCTIONNEMENT										
Programme	Bénéficiaire	Libellé / objet de l’opération	Code affectation en cas de revalorisation	Montant affecté	Echéancier de CP 2020	Echéancier de CP 2021	Echéancier de CP 2022	Echéancier de CP 2023	Echéancier de CP 2024	TOTAL
4423	SCIC SA TELE PAESE	AVENANT FINANCIER 2020 CONVENTION TELEPAESE - FONCTIONNEMENT			190 080,00	47 520,00				237 600,00
		TOTAUX		0,00	190 080,00	47 520,00	0,00	0,00	0,00	237 600,00

TABLEAU D'ECHEANCIER DE CREDIT DE PAIEMENT - FONCTIONNEMENT										
Programme	Bénéficiaire	Libellé / objet de l’opération	Code affectation en cas de revalorisation	Montant affecté	Echéancier de CP 2020	Echéancier de CP 2021	Echéancier de CP 2022	Echéancier de CP 2023	Echéancier de CP 2024	TOTAL
4423	SAS ALLINDI	CONVENTION D OBJECTIFS ET DE MOYENS ALLINDI 2020 - FONCTIONNEMENT			40 000,00	40 000,00				80 000,00
		TOTAUX		0,00	40 000,00	40 000,00	0,00	0,00	0,00	80 000,00