



# Le paysage des médias en Europe à l'heure de l'IA

Geradin Partners  
Paris, 18 mars 2026

**Sophie Valais**

Responsable adjointe au Département  
Informations Juridiques



# Médias, IA et concurrence

Dynamiques de  
marché

Réponses  
réglementaires pour  
rétablir un terrain de  
jeu équitable

# Structure « traditionnelle » du marché

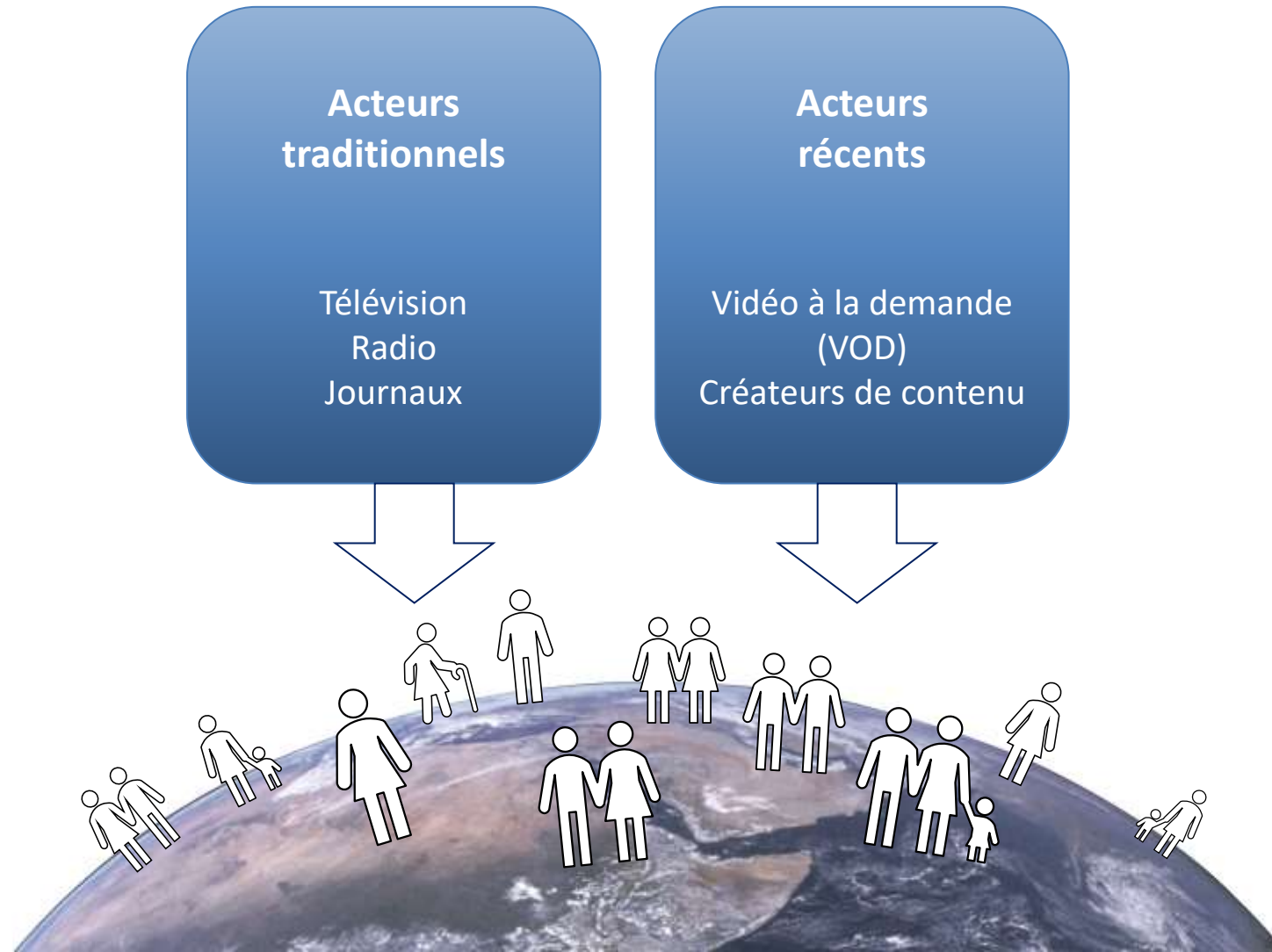
## Acteurs traditionnels

Télévision  
Radio  
Journaux

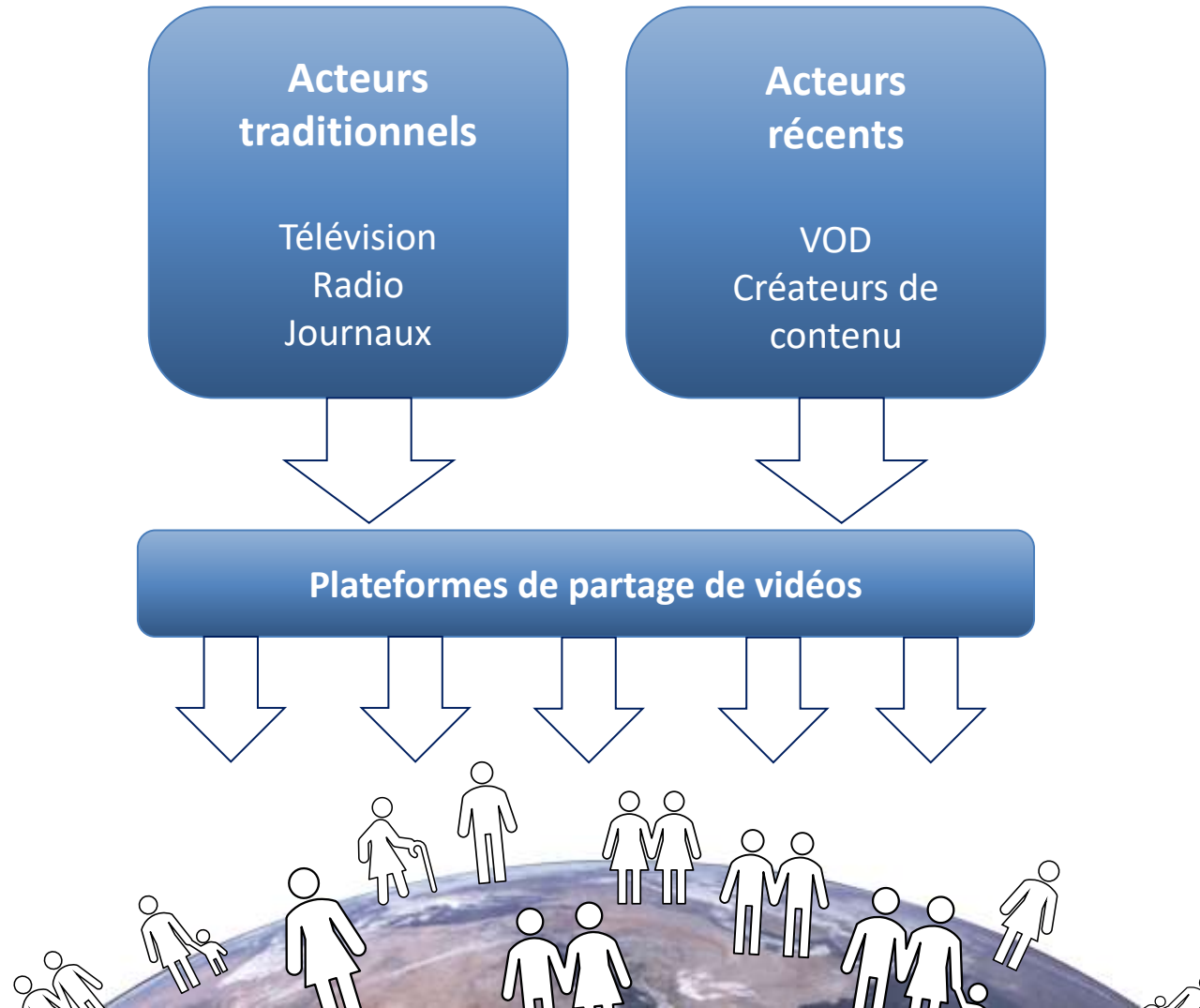
## Acteurs récents

Vidéo à la demande  
(VOD)  
Créateurs de contenu

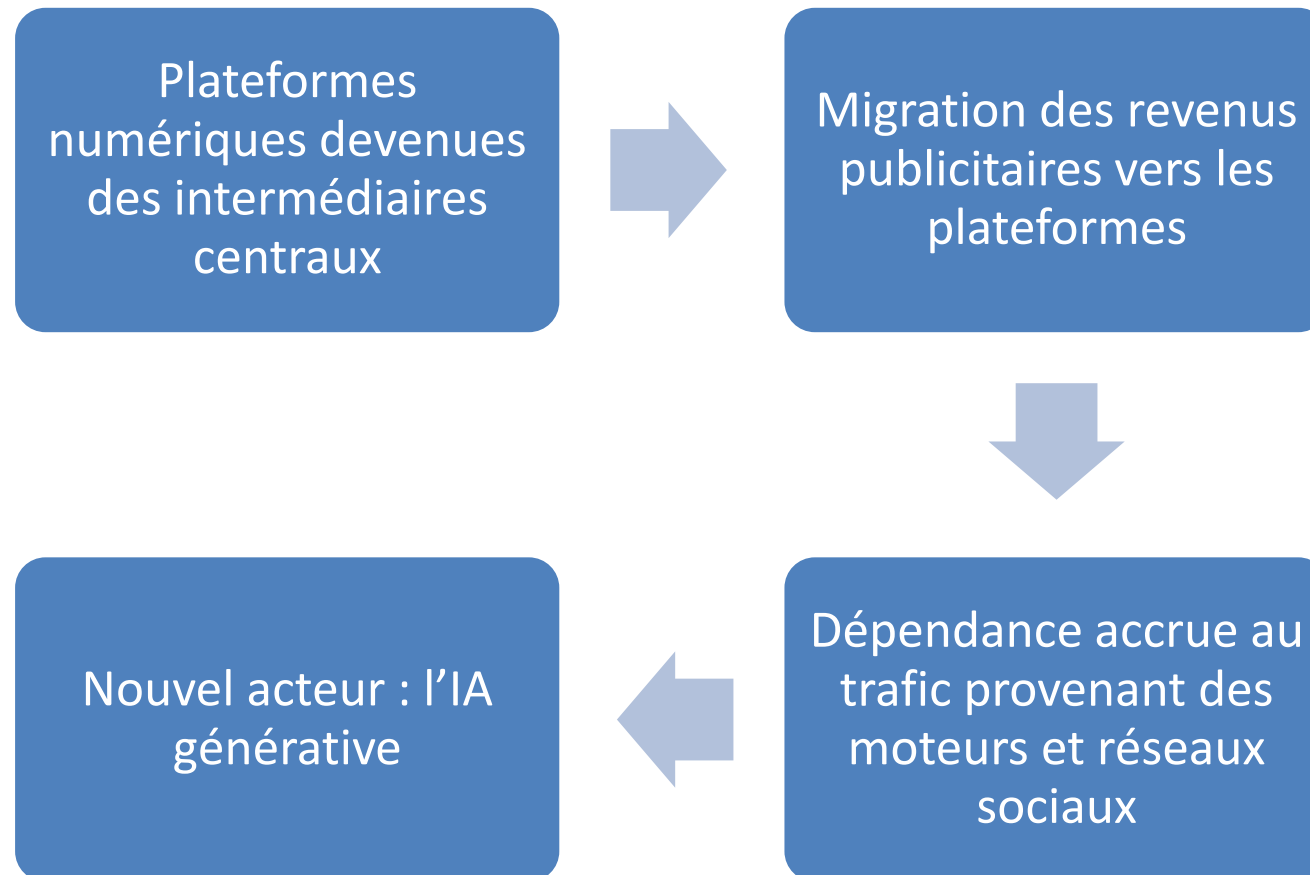
# Structure « traditionnelle » du marché



# Structure actuelle du marché



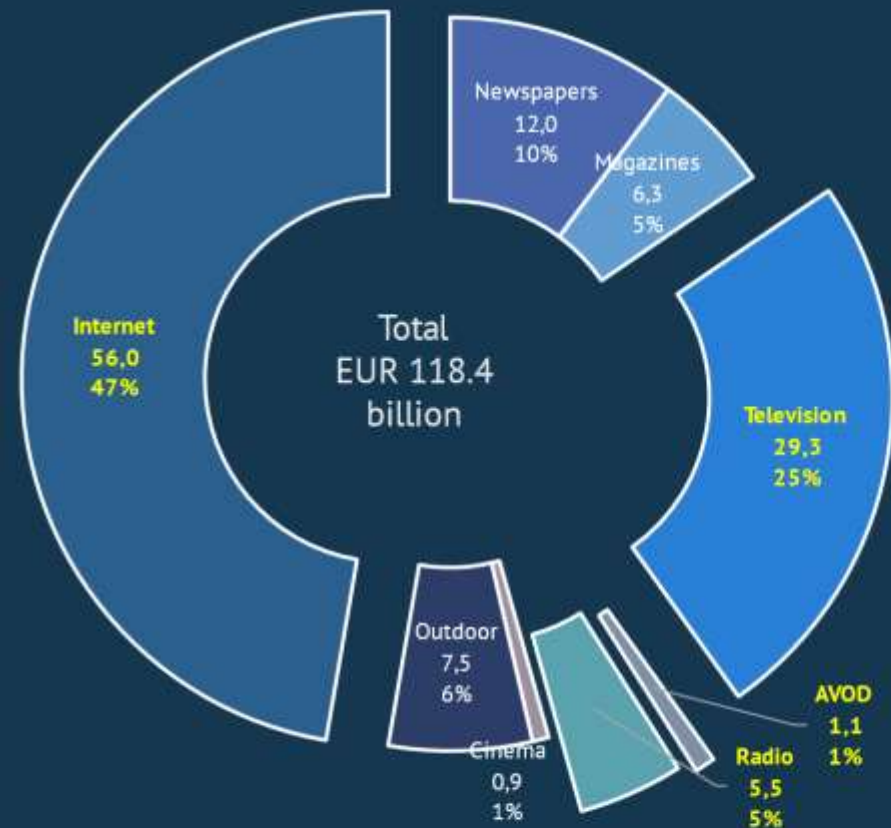
# Transformation du marché des médias



# Advertisers are spending more on internet advertising, including OTT video advertising

Europe 2019 - Advertising expenditures by media

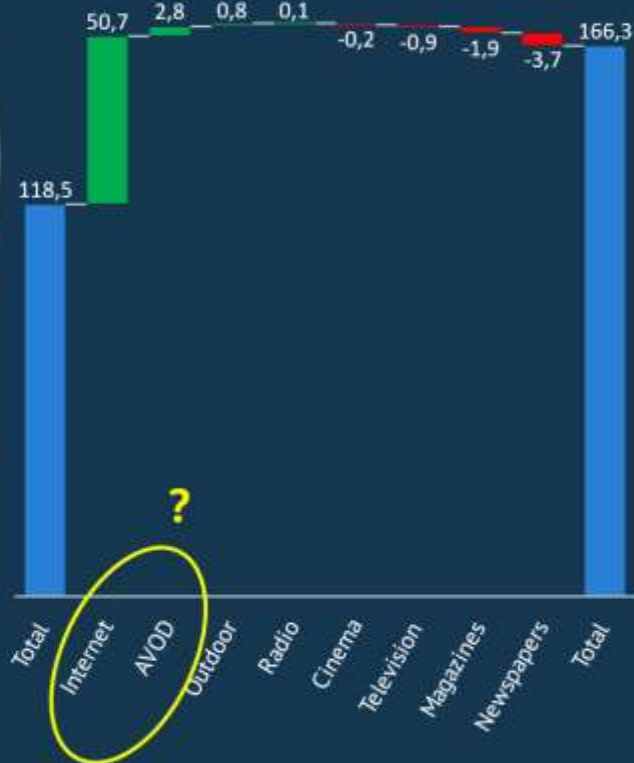
In EUR billion



Contributions by media ad segment

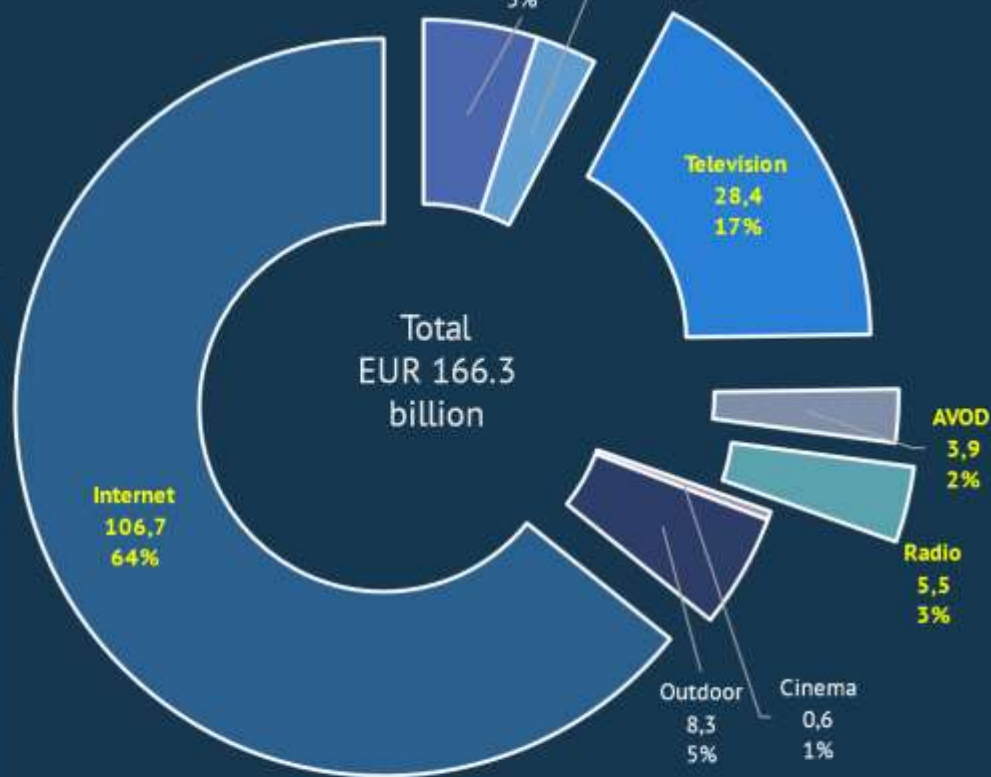
2019-2024

in EUR billion



Europe 2024 - Advertising expenditures by media

In EUR billion



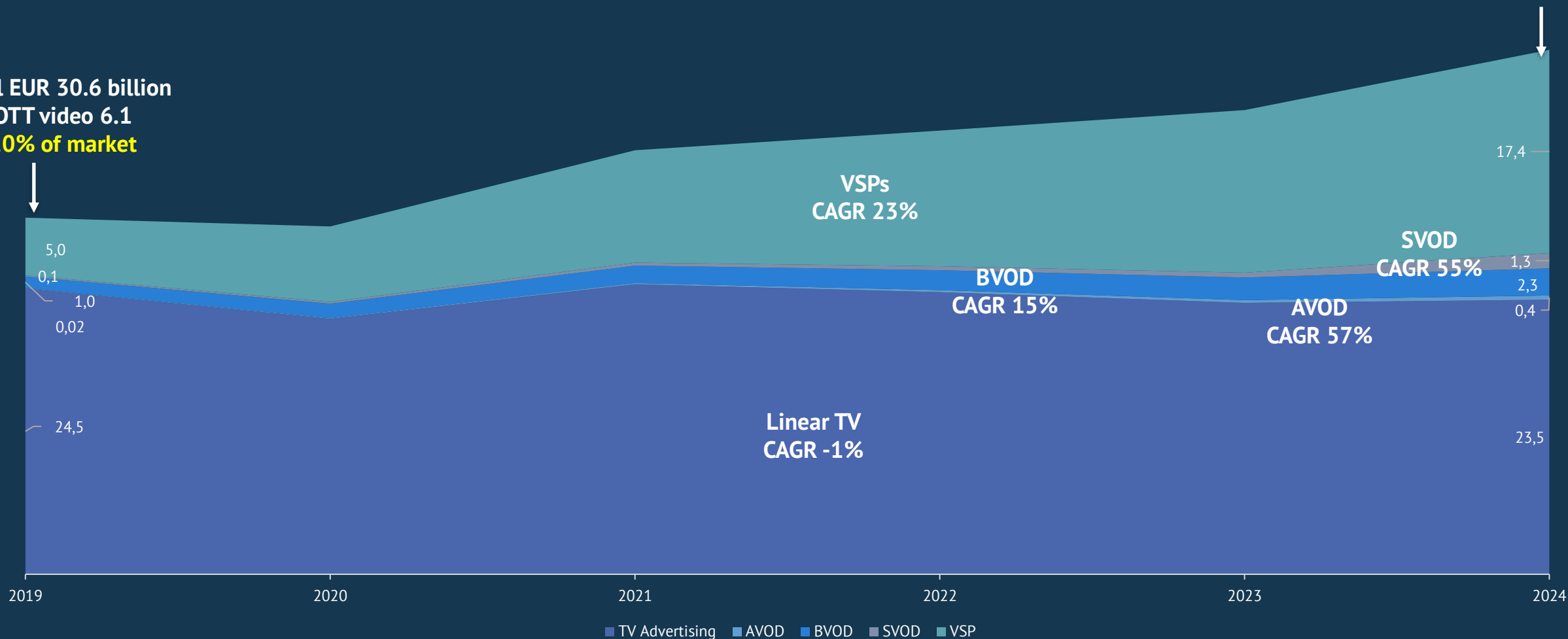
# “Battle for video advertising” - Video-sharing platforms and AVOD/SVOD services expand advertising market

Europe - Advertising on video services by category of services 2019-2024

*in EUR billion, estimates*

Total EUR 30.6 billion  
OTT video 6.1  
20% of market

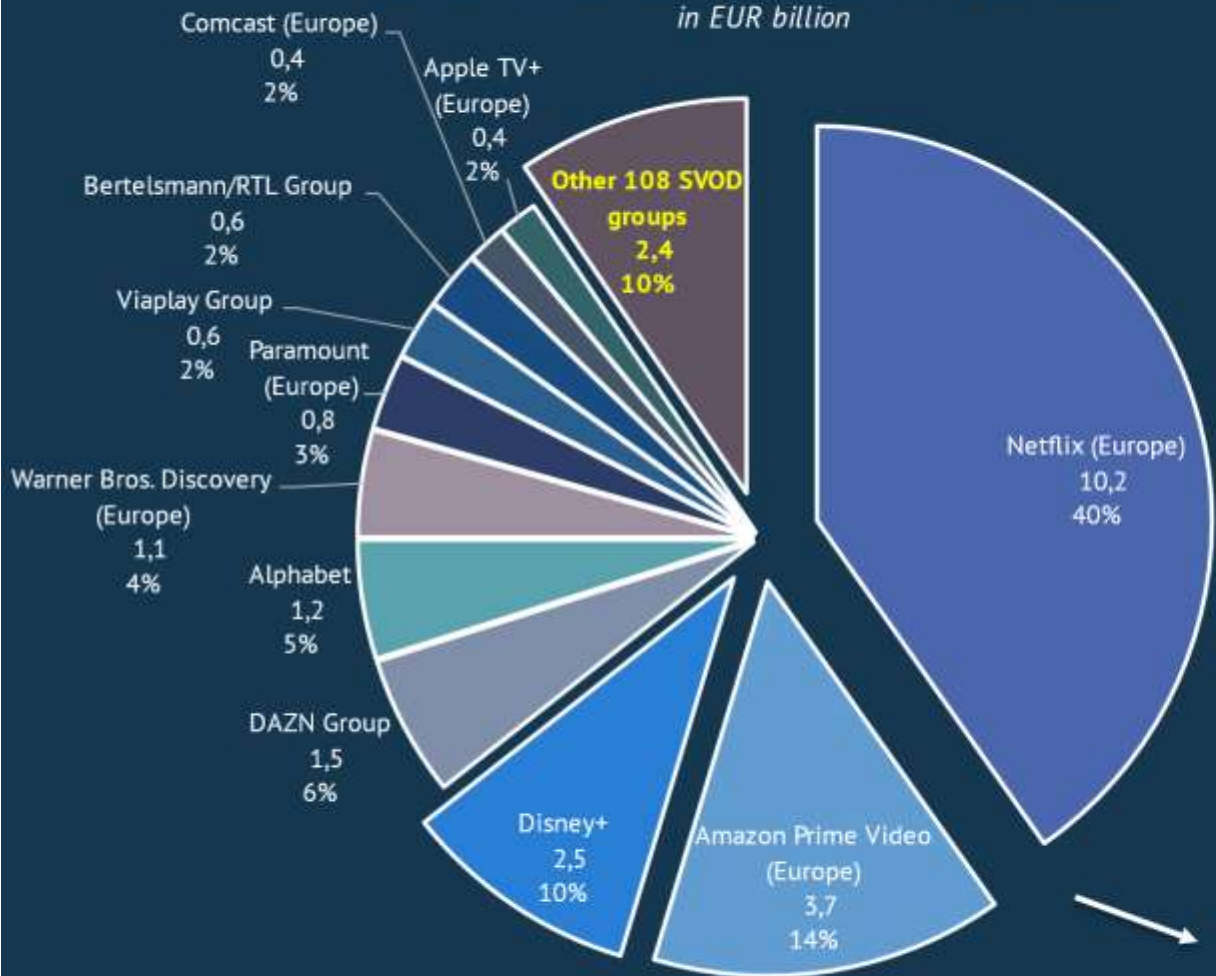
Total EUR 45 billion  
OTT video 21.4  
48% of market



# Global scale translates into concentration on the European SVOD and OTT advertising markets

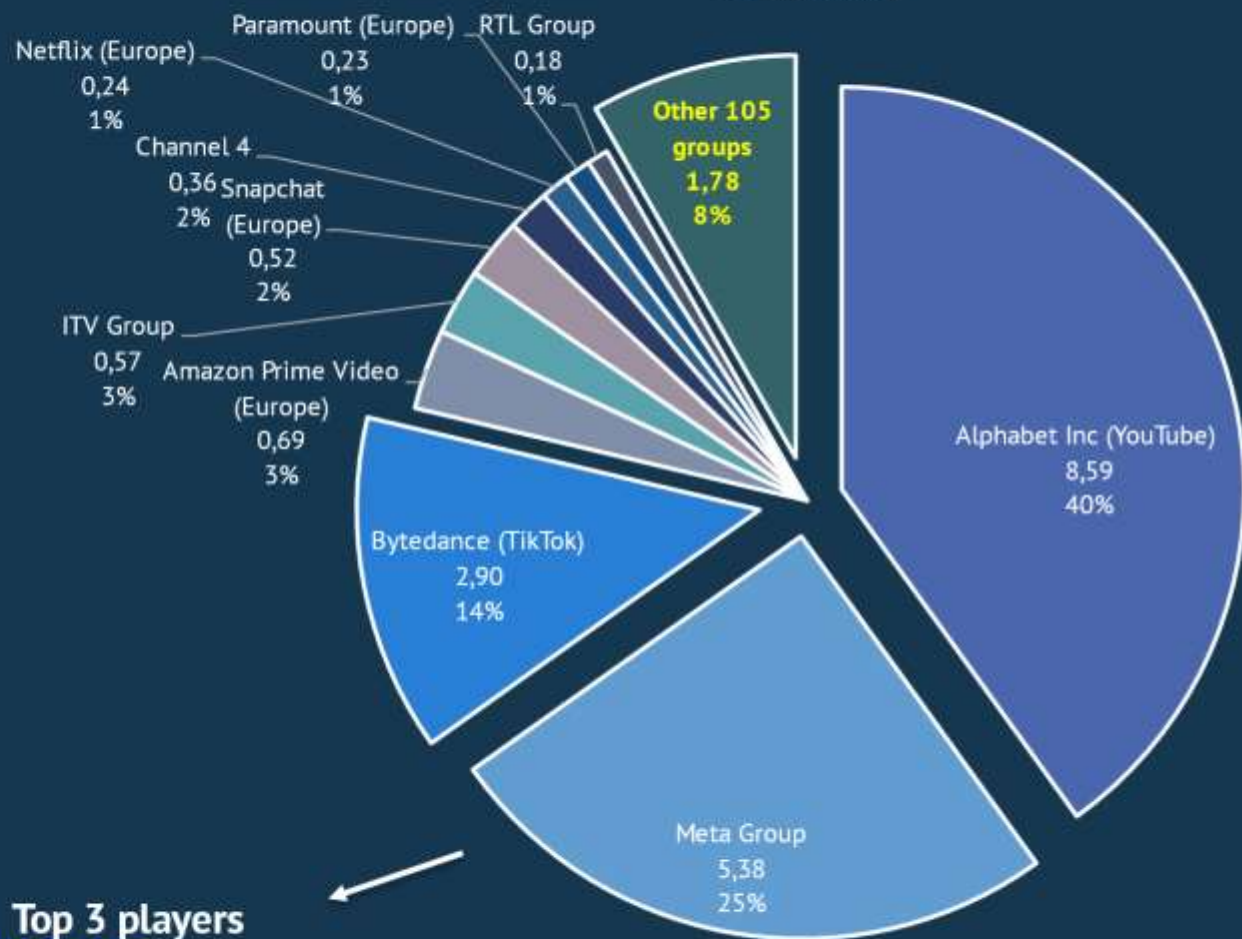
## Europe - SVOD-only revenues by group 2024

in EUR billion



## Europe - OTT advertising revenues by group 2024

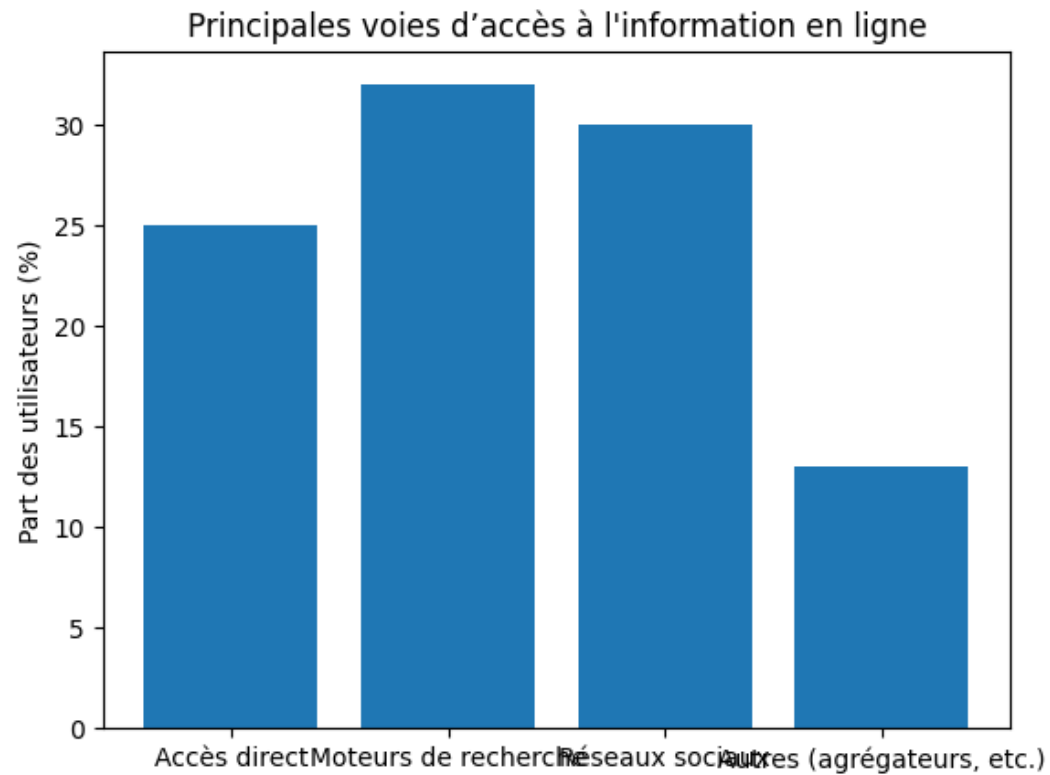
in EUR billion



**Top 3 players**  
**64% SVOD revenues**  
**79% OTT advertising revenues**

# Comment les utilisateurs accèdent aux informations

- L'accès aux contenus d'information passe largement par des intermédiaires numériques

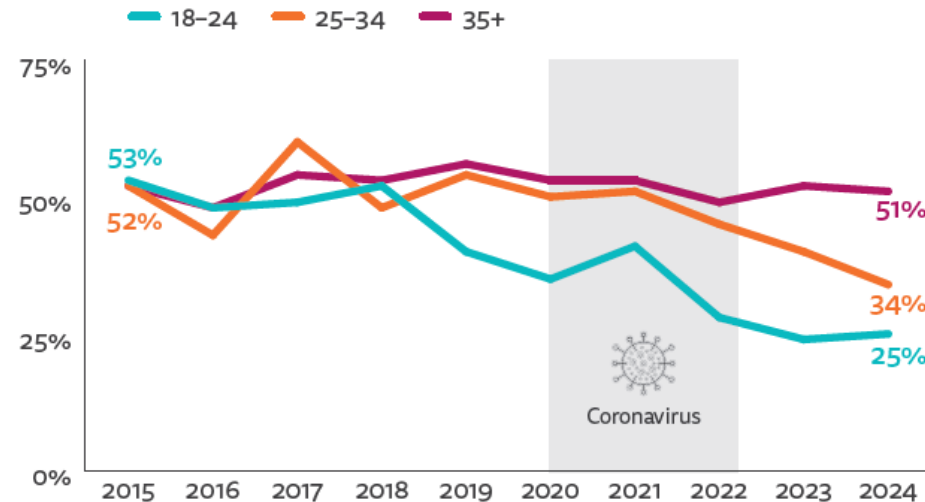


Source : Reuters Institute Digital News

# Accès aux informations par tranche d'âge

- L'accès aux contenus d'information via des applications de média en ligne par tranche d'âge

PROPORTION THAT ACCESS ONLINE NEWS BY GOING DIRECT TO A NEWS WEBSITE OR APP IN THE LAST WEEK BY AGE GROUP (2015-2024) - UK



Source : Reuters Institute Digital News Report

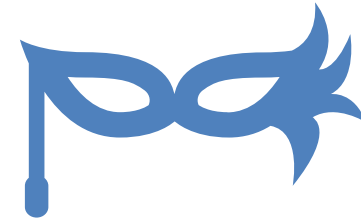
# L'IA et les médias : une nouvelle rupture



Les modèles d'IA  
utilisent massivement  
les contenus  
journalistiques



Les réponses générées  
peuvent remplacer la  
visite sur les sites  
d'éditeurs



Risques :  
désinformation, perte  
de trafic, dilution de la  
marque éditoriale

# Le cadre réglementaire européen

**DMA** : régulation ex-ante des grandes plateformes (gatekeepers)

**DSA** : obligations de transparence, modération et gestion des risques

**EMFA**: transparence, protection et responsabilité éditoriale

**AI Act**: transparence et traçabilité + protection des droits des éditeurs

# Exemples nationaux

- France : droits voisins pour les éditeurs de presse
- Allemagne : actions des éditeurs sur la base du DMA
- Espagne : évolution du cadre des droits voisins et des négociations avec les plateformes

# Conclusion

- L'IA accentue les déséquilibres existants

- Les réglementations européennes offrent de nouveaux leviers

- L'enjeu central : assurer un partage plus équitable de la valeur

## Médias d'information, pluralisme et journalisme à l'ère numérique

*IRIS*

Une publication  
de l'Observatoire européen de l'audiovisuel



## Merci pour votre attention!

Contact: [sophie.valais@coe.int](mailto:sophie.valais@coe.int)

Une présentation de  
l'Observatoire européen de l'audiovisuel

