Édition de lecture | 2026-11-20

30 pistes de revenus pour les entreprises de télévision

Adrian Dunkley | 2026-11-13

Le livre blanc propose de tester la vente d’images dont les droits sont réglés, de prestations de production et de parrainages. Chaque essai précise qui paie, combien coûte la prestation et quels droits le client obtient.

Édition de lecture abrégée du document d’Adrian Dunkley, édition 2.0 du 13 novembre 2026. Elle conserve les trente propositions, le cas financier, les contrôles et le calendrier. L’édition anglaise donne les fiches d’essai complètes.

Quelles dépenses autoriser d’abord

Autoriser jusqu’à trois essais, chacun avec un acheteur cible, un responsable et un critère écrit d’arrêt. Commencer par les archives (01), la capacité de production disponible (06) ou la vidéo verticale parrainée (03). Exiger une nouvelle autorisation avant de maintenir une chaîne ou d’investir dans un studio.

Données disponibles et limites de l’investissement

Le document d’origine cite une enquête en ligne du Reuters Institute de 2026. Dans 48 marchés, 77 % des répondants regardaient chaque semaine des vidéos d’information en ligne [1]. Cet échantillon ne mesure pas la demande caribéenne. Le studio de la BBC illustre une application technique [8]. Les conditions de Roku et Shopify dépendent du territoire [18]. Nielsen mesure les usages aux États-Unis [23]. Obtenir prix, engagement d’achat et coût local de livraison avant d’investir.

Portefeuille, budget et sélection

Tester les pistes 01–10 sur 0 à 90 jours avec 1 000 à 10 000 USD. Développer les pistes 11–25 sur 3 à 9 mois avec 10 000 à 75 000 USD. Explorer les pistes 26–30 sur 6 à 18 mois avec un plafond initial de 5 000 à 25 000 USD pour l’étude. Ces hypothèses excluent salaires existants, fiscalité, gros achats de droits et renouvellement d’équipement sauf mention contraire. Noter de 1 à 5 la demande, la marge, la capacité de livraison, les droits et la mesure. Un défaut de sécurité, de droits ou de responsabilité éditoriale bloque l’autorisation.

01–10 · Premiers essais

01. Licences d’archives. Vendre des extraits selon l’usage, le territoire et la durée autorisés. Présenter un thème à cinq acheteurs et suivre les licences payées et les délais d’autorisation.

02. Parrainage du rattrapage. Tester une émission pendant quatre semaines avec un annonceur. Comparer ses paiements aux dépenses de montage et d’hébergement.

03. Vidéos verticales parrainées. Produire une série pour téléphone avec des séquences autorisées. Séparer le producteur commercial de la rédaction.

04. Série coproduite avec un créateur. Engager une personne qui connaît le sujet ou le quartier. Fixer sa rémunération, les droits de reprise et la responsabilité des vérifications.

05. Balado vidéo. Adapter une émission de débat en versions vidéo et audio. Reprendre les passages dépendant des images et mesurer le retour du public.

06. Prestation de production. Vendre du temps de studio, de montage ou de captation disponible. Facturer les reprises et l'usure sans évincer une émission plus rentable.

07. Sous-titrage et traduction. Utiliser la reconnaissance vocale pour le brouillon. Faire vérifier noms, sens et minutage par une personne bilingue. Comparer prix et coût de correction par langue.

08. Billets groupés. Prévendre des entrées à un enregistrement ou à un débat. Fixer un minimum de ventes et prévoir accessibilité, sécurité et remboursements.

09. Commerce par code à l'écran. Relier un segment commercial identifié à une page mobile indiquant vendeur et prix. Déclarer la commission séparément.

10. Devis commerciaux automatisés. Préparer des projets à partir de l'inventaire et des tarifs approuvés. Le vendeur vérifie les engagements et relie commande et facture.

11–25 · Produits à développer

11. Chaîne gratuite financée par la publicité. Tester un thème précis avec un accord de distribution limité. Suivre la recette nette par heure vue et les écrans vendus.

12. Chaîne sur abonnement pour la diaspora. Tester un catalogue autorisé auprès d'abonnés payants sur un seul marché. Vérifier renouvellements, assistance et droits à l'étranger.

13. Sport régional en direct. Diffuser des matchs avec des droits explicites. Budgéter liaison, fiabilité du score, protection des participants et aléas météo.

14. Bulletin économique sur abonnement. Vendre aux équipes une analyse sectorielle avec transcriptions et sources. La redevance ne donne aucun droit à une couverture favorable.

15. Publicité ciblée. Vendre selon le contexte ou des données utilisées avec consentement. Expliquer la mesure et facturer préparation et bilan de campagne.

16. Location de studio virtuel. Louer un décor réutilisable avec une équipe formée. Inclure répétitions, graphisme, calibration et assistance dans le devis.

17. Explications en réalité augmentée. Montrer, par exemple, la profondeur d'une inondation. Distinguer mesures et illustrations et laisser l'interprétation à la rédaction.

18. Recherche professionnelle dans les archives. Vendre par siège ou à l'usage. Afficher source, date et licence des séquences. Facturer la réutilisation à part.

19. Sélection automatisée des temps forts. Le logiciel suggère des extraits d'événements autorisés. Un éditeur vérifie contexte, droits et qualité avant livraison.

20. Rapprochement des spots et des factures. Comparer commande, journal de diffusion, compensations et facture. Examiner les écarts avant de réclamer le paiement.

21. Licences de formats. Vendre une formule éprouvée avec documentation, marque et formation. Obtenir une option payante avant d'engager les frais d'adaptation.

22. Licences vidéo éducatives. Vendre un accès institutionnel avec transcriptions, notes pédagogiques et dates de mise à jour. Clarifier les droits en classe et protéger les données des élèves.

23. Cofinancement de documentaires. Fixer droits et distribution avant le tournage. Combiner commande, subvention et licences ultérieures en gardant les conclusions indépendantes.

24. Mesure entre médias. Fixer un objectif pour télévision, presse, radio et numérique. Utiliser codes ou régions comparables et attribuer une seule fois la valeur du contrat.

25. Production à distance. Offrir un montage centralisé et une liaison sécurisée avec un secours testé. Comparer les déplacements évités aux frais de réseau et d'assistance.

26–30 · Pistes à explorer

26. Adhésion interactive. Proposer des questions modérées et des rencontres en coulisses. Vérifier l'usage répété avant de commander une application. Préserver l'indépendance de la rédaction.

27. Univers numérique de marque. Tester un petit espace lié à une émission ou à un événement culturel. Budgéter modération, mises à jour et acquisition de visiteurs.

28. Licences de spectacles en trois dimensions. Partir d'une commande. Obtenir le consentement de l'interprète, définir les usages et chiffrer la livraison technique.

29. Téléachat interactif en direct. Produire une émission animée avec questions et paiement mobile. Déclarer les commissions et séparer la vente du journalisme de consommation.

30. Licences encadrées pour l'IA. Négocier séparément recherche, récupération de contenu et entraînement. Préciser sécurité, attribution, suppression et échéance. Vérifier le pouvoir de céder chaque droit.

Exploitation, technologie et créateurs

Consigner pour chaque contenu sa source, son titulaire, ses usages, le territoire, l'échéance et le consentement. Relier commande, livraison et encaissement à ce dossier. Vérifier noms, chiffres et citations dans l'original. Séparer sources journalistiques et fichiers clients. Limiter les accès, tester les sauvegardes et prévoir un secours en cas de panne de paiement ou de diffusion. Comparer le coût complet de l'achat, du partenariat et du développement.

Choisir les créateurs selon leur travail et leur rapport au public. Fixer rémunération, livrables, promotion, reprises, territoires, droit à l'image et sortie. Signaler le parrainage à l'endroit où le public voit le contenu. La rédaction garde la main sur l'information, les rectifications et la couverture du parrain [5, 10, 17].

Recettes, contribution et récupération de la mise

Tenir trois comptes distincts pour les recettes encaissées, les dépenses supprimées et les heures libérées. Déduire remboursements, commissions, livraison, nouveaux coûts fixes et marge perdue sur les autres offres. Pour la publicité, multiplier les impressions valides livrées/1 000 par le prix net pour mille. Ne compter deux fois ni frais ni contrat commun à plusieurs médias. Intégrer assistance, droits, impayés et acquisition.

Exemple en dollars américains. Quatre forfaits mensuels à 1 500 rapportent 6 000. Après 2 800 de coûts variables et 1 200 de coûts fixes supplémentaires, il reste 2 000 par mois. Deux forfaits couvrent les frais d'exploitation. Une mise initiale de 6 000 se récupère en trois mois à ce rythme. Avec trois forfaits (−25 %), il reste 1 200. Avec cinq (+25 %), il reste 2 800. Le prix, le coût variable unitaire et les coûts fixes restent constants. Remises ou limites de

capacité peuvent invalider le calcul. Ajouter les frais d’acquisition et de droits encore exclus. Impôts et financement sont exclus. Ces chiffres illustrent une hypothèse de travail.

Contrôles et 90 premiers jours

Jours 1–15, documenter demande, droits et référence initiale. Jours 16–30, fixer le prix, tester le prototype et répéter la procédure de secours. Jours 31–60, livrer l’essai payant, relever encaissements, effort et défauts. Jours 61–90, décider d’étendre, de maintenir ou d’arrêter selon marge, qualité et demande récurrente. La rédaction valide droits et publication, les finances vérifient la trésorerie. Après incident, suspendre le processus touché, corriger et retester avant reprise.

Méthode et portée

La revue documentaire ciblée de l’original s’arrête au 13 novembre 2026. Elle ne comporte ni entretiens locaux, ni essais techniques, ni comptes internes d’une société cible. Les cas de fournisseurs documentent des mécanismes avec un intérêt commercial. Vérifier langue, accessibilité, droits et paiements dans chaque territoire. Maintenir les alertes publiques urgentes en accès libre. Les références conservent leur numérotation d’origine.

Références

[1] Reuters Institute — Digital News Report 2026 executive summary

[2] New York Times Company — 2025 Form 10-K

[3] Edison Research at SSRS — The Infinite Dial 2026

[4] EBU — Leading Newsrooms in the Age of Generative AI

[5] Associated Press — Updated newsroom standards for artificial intelligence

[6] FT Strategies — Ask FT Your direct route to insight

[7] IAB Tech Lab — Podcast Technical Measurement Guidelines version 2.3

[8] SUMO — BBC News Studio laser scanning and 3D modelling

[9] NIST — Generative Artificial Intelligence Profile AI 600-1

[10] FTC — Disclosures 101 for Social Media Influencers

[11] C2PA — Content Credentials technical specification

[12] Jamaica Office of the Information Commissioner — Obligations of data controllers

[13] Associated Press — Introducing 5 AI solutions for local news

[14] Snap — Augmenting video with AR and its impact on attention

[16] Epic Games — Engagement Payout in Fortnite Creative

[17] IAB — 2025 Creator Economy Ad Spend and Strategy Report

[18] Roku — Using the Roku Ads app on Shopify

[19] Spotify — Partner Program

[20] YouTube — Partner Program availability

[22] Reuters Institute — News creators around the world

[23] Nielsen — The Gauge

Cette édition abrégée accompagne le texte intégral en anglais.

Édition en anglais (PDF)