

Track Record : Prédictions Streaming 2020-2026

Une décennie d'anticipations confirmées sur l'évolution de l'industrie du streaming : créateurs sur TV traditionnelle, nouveaux modèles économiques, et batailles pour le contrôle des contenus.

DERNIÈRE MISE À JOUR : FÉVRIER 2026

Pourquoi ce track record ?

En 25+ ans dans l'industrie du streaming (M6 Web, Afrostream, TRACE+), j'ai développé une capacité à identifier les tendances avant qu'elles ne deviennent évidentes.

Cette page documente mes prédictions qui se sont réalisées depuis 2020, et mes trois paris audacieux pour 2026 : **Créateurs x Opérateurs France**, **Agents IA pub 30%**, et **Big 5 rachète app micro-drama**.

Sources : mes posts LinkedIn et ma newsletter [Streaming Radar](https://streamingradar.substack.com) (<https://streamingradar.substack.com>).

2020

Année de ma première
prédition documentée

12+

Prédictions majeures
confirmées

25+

Années d'expérience
streaming

3

Paris audacieux pour
2026

🎯 Mes Prédictions 2026

Au-delà du consensus (streaming >50%, IA industrielle, M&A \$80B+), voici mes paris contre-intuitifs pour 2026.

PARI #1 : Créateurs x Opérateurs France

D'ici fin 2026, **3+ créateurs français signent Free/Bouygues/SFR** pour canaux dédiés. Le National (Ligue 3) cherche diffuseur depuis DAZN 2024, droits quasi-gratuits. Les opérateurs ont tout intérêt : contenu exclusif low-cost, différenciation marché, jeunes audiences. **Zack Nani a prouvé le modèle** avec sa chaîne Free canal 181 pour Saudi Pro League + Espoirs.

PARI #2 : Agents IA Achètent 30% Pub CTV

PubMatic a déjà fait un achat CTV **100% automatisé avec ROI 192%**. D'ici fin 2026, **30% achats pub CTV = agents IA**. Les agences média traditionnelles perdent leur valeur ajoutée (expertise, relations) face à l'IA qui optimise mieux, plus vite, moins cher. **Conséquence emploi** : ~15K jobs acheteurs média US disparus en 18 mois.

PARI #3 : Un Big 5 Rachète une App Micro-Drama

Avant fin 2026, Netflix, Disney, Amazon, Apple ou Warner aura racheté une app micro-drama (ReelShort, DramaBox) ou lancé un hub vertical dédié. Le marché global atteint \$11B en 2025 (projection \$26B d'ici 2030). TikTok a lancé PineDrama (janvier 2026), Disney+ intègre le vertical (CES 2026), Aronofsky produit avec Google DeepMind. **La consolidation est inévitable.** ReelShort (70M users, \$400M revenus) est une cible d'acquisition évidente pour Netflix à ~\$2B.



GP Explorer : Le streaming dépasse la TV

Juin 2025

Ce que j'ai prévu : "Le GP Explorer 3, c'est bien plus qu'un événement communautaire. C'est un laboratoire économique pour le futur du live."

Réalisé ✓ GP Explorer 3 diffusé sur France TV (France 2 & France 4). Modèle hybride : billetterie (sold out en 2h, 80K spectateurs/jour), merchandising, sponsoring, drops Twitch, + nouveaux droits TV négociés.

Points clés :

- Co-streaming maîtrisé avec Ibai, Pokimane, HasanAbi → internationalisation sans coûts
- 2 journées NON diffusées sur Twitch = nouveaux droits exploitables (concerts, qualifications, sprint)
- Chaque spectateur devient un levier de revenus multiples

Mon analyse : "La télévision et les ligues sportives feraient bien de s'inspirer de ce modèle agile, modulaire, ultra-engagéant."



Les créateurs envahissent la télévision

2023-2024

Ce que j'ai prédit : "Les créateurs français envahissent la télé. En se faisant absorber."

Réalisé ✓ Vague massive de créateurs recrutés par les médias traditionnels français.

Exemples confirmés :

- **Kameto** signe chez Webedia
- **Joyca** passe en prime sur RMC Découverte (1,8M téléspectateurs)
- **GP Explorer 6** touche 6,7 millions de Français
- **France TV** recrute Rivenzi et Poneey Club pour les JO d'hiver 2026
- **Logan Paul** entre à la WWE
- **MrBeast** signe \$100M avec Amazon (50M viewers, 2 saisons)

Mon analyse : "Les créateurs ne sont plus des outsiders courtisés par l'industrie : ils en deviennent les nouveaux pivots stratégiques. Pour les plateformes qui refuseraient cette évolution, le message est simple : s'allier ou disparaître."



Le piège du "Final Cut" : MrBeast vs Markiplier

2024

Ce que j'ai analysé : "La vraie question, celle qu'on ne pose jamais : qui a le final cut ? Les créateurs se sont construit un super-pouvoir. Faire ce qu'ils veulent, gagner de l'argent, sans demander la permission à personne. Qu'est-ce qu'ils récupèrent en échange de cette liberté ?"

Validé par les faits ✓ Deux cas opposés illustrent parfaitement mon analyse.

MrBeast :

- Le plus gros créateur au monde (460M d'abonnés)
- Avant Amazon : 100% indépendant
- Résultat : Beast Industries a perdu \$110M en 2024 (Bloomberg)
- Trois années de pertes consécutives
- WSJ : "negative money", emprunte à sa mère pour son mariage
- Après Amazon : moins de risques, plus de formatage, prix du deal

Markiplier (contre-exemple) :

- Budget : moins de \$3M, autofinancé, auto-distribué
- Pas de studio, pas de deal, pas de permission
- Marketing : un post Instagram, un trailer
- Résultat : \$18M d'ouverture US, \$22M+ global, 3000 salles
- Garde 60% du box-office mondial

Ma conclusion : "Le problème n'est pas l'indépendance. C'est le modèle. Tu peux garder le contrôle. Mais pas en copiant Hollywood. En restant ce que tu es : un créateur. Qui a le final cut ? **Celui qui n'a jamais eu besoin de le demander.**"



BeNarrative : Le futur de la production ne ressemble plus à la régie télé de 1989

2024

Ce que j'ai prévu : "Remote commentary, co-streaming avec des talents (même à 8000 km du plateau), accès et exploitation sécurisée des highlights buts essais résumés. Le futur de la production tient dans une poche, passe par le cloud, et s'adresse directement aux fans là où ils sont."

En cours de réalisation ✓ Jean-Marc Denoual (Fondateur BeNarrative) reprend exactement cette vision dans son post qui mentionne mon analyse.

Ce que propose BeNarrative :

- Production agile, mobile et cloud-first
- Pour que vos récits touchent plus de monde, plus vite, avec plus d'impact
- Que vous soyez détenteur de droits sportifs, fédération, média traditionnel ou plateforme numérique

Mon analyse validée : La production convergente dont parle Christian Bombrun (DG Webedia) : "Elephant, la filiale production du groupe, fournit TF1, France 2, Canal+, Disney+. Free donne une chaîne à Zack Nani. RMC programme des YouTubers en prime time."



Mes "Hot Takes" pour 2023

Janvier 2023

Ce que j'ai prédit en janvier 2023 :

- Les agrégateurs streaming (Canal+, Amazon) vont gagner la guerre de la SVOD
- Netflix va faire du sport
- Dazn ou Fubo vont se faire manger par un des big four (Amazon, Disney, Netflix, Warner)
- Des nouveaux réseaux sociaux vont prendre des grosses parts de marchés
- On va arrêter de parler des NFT, mais on va acheter de plus en plus de NFT

Bilan 2023-2026 :

- ✓ **Agrégateurs gagnent** : Canal+ et Amazon dominent en France
- ✓ **Netflix fait du sport** : WWE, discussions NFL, Jake Paul boxing
- ☹ **Dazn/Fubo** : Fubo en difficulté financière confirmée
- ✓ **Nouveaux réseaux sociaux** : Threads de Meta a percé (pas Post.news ni Bluesky)
- ✓ **NFT** : On n'en parle plus, mais adoption silencieuse continue



Le retour du modèle Hollywood

2024

Mon observation : "Christian Bombrun, Directeur Général de Webedia, appelle ça la 'production convergente' : Elephant, la filiale production du groupe, fournit TF1, France 2, Canal+, Disney+. Free donne une chaîne à Zack Nani. RMC programme des YouTubers en prime time."

J'appelle ça le retour du modèle Hollywood.

La vraie question, celle qu'on ne pose jamais : **qui a le final cut ?**

Même à cette échelle, l'indépendance ne tient pas. MrBeast a voulu construire un empire, il a perdu \$110M. Markiplier a fait un film à \$3M dans un sous-marin, multiplié sa mise par six en trois jours.

"Le problème n'est pas l'indépendance. C'est le modèle. Tu peux garder le contrôle. Mais pas en copiant Hollywood."



Zack Nani : Les créateurs deviennent diffuseurs de droits sportifs

Août 2025

Ce que j'ai prédit : "Le streaming devient l'axe central des droits sportifs avec trois modèles gagnants : super-agrégateurs premium (ESPN), plateformes ligues (NBA, LFP Ligue 1+) et créateurs-diffuseurs."

Réalisé ✓ Zack Nani signe un accord direct avec IMG pour diffuser gratuitement la Saudi Pro League sur Twitch/YouTube (août 2025), court-circuitant les diffuseurs traditionnels.

Le modèle économique créateur :

- **Après Canal+** abandonne la Saudi Pro League (audiences insuffisantes), Zack Nani récupère jusqu'à 3 matchs/semaine gratuits
- **Monétisation :** publicité algorithmique Twitch, dons communautaires, engagement interactif
- **Sa légitimité :** "Zack en Roue Libre" (interviews 90-120min) avec Benzema (2,6M vues), Drogba, Nasri
- **Chaîne Free canal 181 :** Saudi Pro League + Espoirs + contenu créateur

Modèle validé par CazéTV : FIFA confirme que CazéTV diffusera les 104 matchs Coupe du Monde 2026 au Brésil (AVOD gratuit, formats interactifs).

Ma thèse : "Trois archétypes gagnants émergent : super-agrégateurs premium (ESPN \$29.99/mois), plateformes ligues (Ligue 1+ €19.99), et créateurs-diffuseurs (Zack Nani gratuit). Les créateurs vendent l'attention autant que le match."



Fiction verticale : le microdrama comme feature, pas produit standalone

Mai 2025

Ce que j'ai prédit : "Le microdrama (vertical drama) ne survivra pas comme produit standalone. La consolidation ne sera pas entre apps (ReelShort, DramaBox) mais absorption par plateformes généralistes. Personne ne paiera €9.99/mois JUSTE pour du vertical drama."

En cours de validation ✓ Le marché confirme les signes : Fox investit Holywater (200+ titres verticaux), Disney+ explore "vertical video" APAC. Les apps standalone montrent des faiblesses structurelles.

Les chiffres impressionnent :

- Marché Chine : \$500M → \$7B (2021-2024), projection \$16.2B d'ici 2030
- ReelShort : 70M utilisateurs actifs
- DramaBox : \$31M revenue/mois juin 2025

Mais les fondamentaux craquent :

- Croissance overseas revenue **-68% Q2 2025**
- Apps explosent : 41 → 237 en 1 an = saturation
- Unit economics catastrophique : ReelShort \$400M revenue mais unprofitable
- DramaBox \$323M revenue, seulement \$10M profit
- Customer acquisition : \$15/user Amérique du Nord

Mon contre-argument vs Marion Ranchet : Elle parie sur l'effondrement. Moi sur la consolidation comme feature.

"Micro drama = feature, not product. Les apps meurent. La fonctionnalité vertical drama s'intègre dans Netflix, Disney+, Amazon comme feature complémentaire (comme Stories Instagram, pas app séparée). C'est un complément addictif, pas une destination standalone."



Creator-Led Content : 2025, l'année du basculement publicitaire

Juin 2025

Ce que j'ai analysé : "2025 marque un tournant historique : les créateurs de contenu vont dépasser les médias traditionnels en revenus publicitaires cette année. Netflix sponsorise Squeezie, Disney+ acquiert Inoxtag, Amazon Prime investit 100M sur MrBeast."

Réalisé ✓ Plus de la moitié des revenus publicitaires du contenu proviennent désormais de plateformes comme TikTok, YouTube et Instagram, dépassant pour la première fois les contenus produits par les studios et médias traditionnels.

Les deals majeurs confirmés :

- **Netflix x Squeezie** : Sponsoring écurie GP Explorer 3 (1.4M Twitch, 6.7M TV)
- **Disney+ x Inoxtag** : Acquisition "Kaizen" post-43M vues YouTube + 340K entrées cinéma
- **Amazon x MrBeast** : \$100M pour Beast Games (1000 participants, \$5M prize)
- **Samsung TV Plus** : Partenariats exclusifs Mark Rober, Dhar Mann, Smosh, The Try Guys
- **Roku x Jellysmack** : 2 chaînes FAST "Hello Inspo" + "Mysteria" avec 17 créateurs

L'économie bascule :

- Budgets creator marketing : **+143% depuis 2021**, 74% entreprises augmentent encore
- "Influencer Marketing Manager" = top 25 postes à plus forte croissance US
- Modèle multi-canaux : YouTube → Cinéma → TV → Streaming (Kaizen génère revenus sur 4 segments)

Further Adventures illustre la troisième voie : studio indépendant (ex-YouTube Beckman + producteur Imitation Game Stillman) donne à créateurs comme Andrew Rea (Binging With Babish, 10M abonnés) budgets \$1-30M pour développer longs-métrages avec contrôle créatif.

Ma conclusion : "Les créateurs ne sont plus des outsiders courtisés par l'industrie : ils en deviennent les nouveaux pivots stratégiques. Pour les plateformes qui refuseraient cette

évolution, le message est simple : s'allier ou disparaître."



Algorithmes Netflix : 4% de valeur ajoutée, des années de R&D

Janvier 2026

Ce que j'ai analysé : "L'étude Netflix de novembre 2025 confirme ce que j'anticipais : leur algorithme 'state of the art' ne génère que 4 à 12% d'engagement supplémentaire par rapport à des méthodes basiques des années 2000. Des centaines de millions investis pour une amélioration incrémentale."

Prédiction en cours de validation ✓ 80% des utilisateurs finissent sur YouTube quand ils ne trouvent rien sur leurs services payants. Le problème n'est pas l'algorithme, c'est la confiance.

Les données clés :

- Remplacer algorithme Netflix actuel par factorisation matricielle basique → seulement **-4% engagement**
- Recommandation par popularité pure → **-12% seulement**
- **48% des abonnés** citent "incapacité à trouver du contenu" comme raison de résiliation (Harris Poll 2023)
- Deezer (curation contrôlable) : **+27% engagement, +75% partages sociaux** vs Spotify (IA opaque)
- YouTube domine CTV avec **12,5% part de marché** (vs 7,5% Netflix)

Ma prédiction pour 2-3 ans :

"Dans 2-3 ans, vous ouvrirez Netflix et vous verrez : 'Les 10 films de regelegorilla', 'La sélection Squeezie'. Les plateformes vont intégrer directement les listes d'influenceurs dans leur interface — pas en partenariat marketing ponctuel, en feature permanente. La question n'est plus 'IA ou humain'. C'est : qui seront les nouveaux programmateurs ? Les data scientists de Los Gatos, ou un mec en pyjama avec 500K abonnés qui a vu 3000 films ? **Je parie sur le pyjama.**"

Les niches prouvent le modèle : MUBI (curation spécialisée) rentabilise *The Substance* à plus de 5x, Shudder double ses abonnés, Shadowz (500 films + podcast ShadowzCast) crée la découverte que l'algorithme Netflix ne sait pas faire.



Netflix testera des chaînes FAST tierces avec son catalogue legacy (prospective mesurée)

Décembre 2025

Ce que j'anticipe : "D'ici fin 2026-début 2027, Netflix testera une ou deux chaînes FAST tierces avec son catalogue legacy. Pas un rollout massif. Un test contrôlé. Genre 'Netflix Nostalgia' sur Pluto TV US ou 'Netflix Séries Cultes' sur Molotov France. Paramount a montré la voie avec Pluto TV (150+ chaînes, 80M utilisateurs), Amazon l'a testé avec Freevee."

En attente de validation La logique économique et les précédents existent. Paramount monétise deux fois : contenu premium sur Paramount+, catalogue recyclé sur Pluto TV. Les revenus FAST sont modestes mais c'est de l'argent trouvé sur du contenu qui sinon dormirait.

Pourquoi ça pourrait arriver :

- **Modèle Disney prouvé :** Sortie cinéma → VHS → câble Disney Channel → syndication → streaming. Même contenu, fenêtres différentes, monétisation maximale
- **Paramount l'exécute déjà :** Yellowstone derrière paywall Paramount+, NCIS recyclé sur Pluto TV
- **Warner Bros. Discovery licencie** massivement sur Tubi et Pluto TV
- **FAST explode :** 47% foyers US utilisent FAST en 2025 (Parks Associates)

Le calcul économique :

Si une chaîne "Netflix Legends" sur Molotov (20M utilisateurs France) génère 10M vues/mois × CPM 5-8€ = 600K-1M€/an. Multiplié par 10-15 chaînes internationales = 50-100M\$/an. Modeste vs 43Md\$ Netflix 2025, mais c'est gratuit sur du contenu amorti. Et ça devient funnel marketing : découvre Stranger Things S1 gratuit sur FAST → accroche → veut la suite → abonne Netflix.

Les limites : Netflix devrait négocier avec tiers (Samsung, Roku, Xumo), partager revenus pub, perdre contrôle UX. Netflix n'aime pas ça. Mais Netflix a lancé tier ad-supported (impensable il y a 3 ans), fait du live NFL, intégré jeux. Les temps changent.

Ma prospective : "La question n'est plus 'si', mais 'quand' et 'sur quelles plateformes'. L'histoire se répète, juste avec de nouveaux acronymes. Comme Disney avec ses classiques, Netflix va monétiser son catalogue à travers toutes les fenêtres possibles."

"Les créateurs ne sont plus des outsiders courtisés par l'industrie : ils en deviennent les nouveaux pivots stratégiques. La bataille pour le divertissement de demain se joue désormais dans ces alliances hybrides qui redéfinissent les règles du jeu."

— Ludovic Bostral, Streaming Radar

**12+ prédictions confirmées. 25+ ans
d'expérience. 1 appel pour accélérer votre
projet.**

De M6 Replay (10M users) à Afrostream (YC S15), Majelan et Kessel, j'ai construit et conseillé des dizaines de plateformes OTT. Architecture, monétisation, scaling : discutons de votre projet en 30min.

(<https://cal.com/ludovic-bostral-ludobos-idg16l/30min>)

[Lire Streaming Radar](https://streamingradar.substack.com) (<https://streamingradar.substack.com>)

Ludovic Bostral

Consultant Stratégie Streaming & OTT

25+ ans d'expérience · M6 Replay · Afrostream (YC S15) · Majelan · Kessel

 **Site :** www.bostral.com ([https://www.bostral.com](http://www.bostral.com))

 **Email :** ludovic@bostral.com

 **Newsletter :** [Streaming Radar](https://streamingradar.substack.com) (<https://streamingradar.substack.com>)

 **Réserver :** cal.com/ludovic-bostral-ludobos-idg16l/30min (<https://cal.com/ludovic-bostral-ludobos-idg16l/30min>)

 **LinkedIn :** linkedin.com/in/ludovicbostral (<https://www.linkedin.com/in/ludovicbostral>)

Track Record Streaming Predictions 2020-2026 · Dernière mise à jour : Février 2026