

Dreamworks fournisseur de contenus originaux pour l'offre OTT de Verizon

L'opérateur de télécommunications américain Verizon a annoncé la semaine dernière un accord pluriannuel avec la société de production DreamWorks Animation SKG pour la production de 200 heures de contenus originaux chaque année pour son futur service OTT de streaming vidéo réservé à ses abonnés mobiles et disponible sur smartphones et tablettes. Les contenus seront développés par les entités AwesomenessTV, le MCN YouTube racheté par Dreamworks en 2013 et par DreamworksTV, chaîne YouTube spécialisée dans les contenus courts mettant en scène les personnages des franchises de la maison mère.

Pourquoi c'est important ?

L'accord marque une forme d'aboutissement pour la stratégie d'émancipation et d'autonomisation poursuivie par l'ensemble des grands MCN affiliés à YouTube. AwesomenessTV, malgré son succès sur la plate-forme vidéo avec 112 millions d'abonnés et 7 milliards de vidéos vues est en train de réussir son pari de développement à l'extérieur de YouTube. Pour autant, le cas reste très particulier puisque depuis son rachat par Dreamworks, le MCN se transforme en véritable unité de production au sein du studio, spécialisé dans les formats courts et mobiles à destination des adolescents. Le partenariat avec Verizon illustre également le recentrage de Dreamworks Animation autour des nouveaux médias. Le segment reste modeste dans les revenus du groupe avec un chiffre d'affaires de 49M\$ en 2014 sur 684M\$ pour le studio soit 7%. Mais il s'agit de la seule activité en croissance alors que les segments cinéma, télévision ou produits dérivés sont en recul. Dreamworks Animation, déjà partenaire de Netflix pour la production de contenus originaux confirme donc avec Verizon son intérêt pour les nouveaux services OTT, véritables relais de croissance pour le groupe.

Du côté de Verizon, le lancement de son propre service OTT confirme l'intérêt croissant des opérateurs pour proposer de nouvelles offres à leurs abonnés et l'avance prise par le satellite (Sling TV lancé par Dish) et les télécommunications (Otter Media, joint-venture entre AT&T et The Chernin Group), qui se positionnent beaucoup plus rapidement que les câblo-opérateurs. De plus, Verizon présente la particularité de faire le choix d'un service a priori réservé à ses abonnés mobile (Verizon Wireless) plutôt qu'à ses abonnés TV (FiOS). Des nouveaux contenus originaux, spécialement développés pour le mobile, pourraient donc devenir un argument de recrutement. Reste à savoir comment Verizon positionnera son offre alors que les forfaits sont soumis à un montant maximum d'utilisation data par les abonnés.

- <http://www.reuters.com/article/2015/03/11/us-verizon-commn-dreamworks-anim-idUSKBN0M72I620150311>
- <http://ir.dreamworksanimation.com/investor-relations/investor-news/press-release-details/2015/DreamWorks-Animation-Reports-Fourth-Quarter-And-Year-End-2014-Financial-Results/default.aspx>