

## Sky Arts : arrêt de l'une des deux chaînes thématiques au profit d'une offre VàD



Sky vient d'annoncer une série de mesures portant sur la refonte de son offre audiovisuelle centrée sur l'art et la culture. Au programme, la fusion des chaînes thématiques *Sky Arts 1* et *Sky Arts 2* en une chaîne unique prévue pour le 9 juin prochain avec, en parallèle, le lancement d'un service de vidéo à la demande dédié, *Sky Arts On Demand*.

Le leader britannique de la télévision payante entend ainsi optimiser son offre linéaire traditionnelle en concentrant au sein d'une même chaîne le meilleur sa programmation actuelle, puis satisfaire aux nouveaux usages de consommation dématérialisée en proposant, à la demande, un éventail de programmes éditorialisés et personnalisés à ses abonnés. A son lancement, *Sky Arts On Demand* offrira plus de 1 000 heures de programmes (documentaires, pièces de théâtre, ballets, opéras, concerts de jazz et de musique classique, etc.), issus de la grille de la nouvelle chaîne unifiée mais aussi une large part de contenus exclusifs, spécialement acquis pour la nouvelle plate-forme digitale du groupe.

Avec *Sky Arts On Demand*, le géant britannique entend surfer sur le succès de son offre OTT *Now TV*, lancée en juillet 2012 au Royaume-Uni et en Irlande, qui propose des packs Cinéma, Série et Sport sans engagement, à partir de 6,99€ par mois. Avec 30% d'abonnés supplémentaires au premier trimestre 2015<sup>[1]</sup>, l'engouement pour le service de vidéo à la demande de Sky ne se dément pas. Dans un marché particulièrement concurrentiel outre-Manche avec la présence d'acteurs comme iTunes, Netflix ou Amazon Instant Video, Sky mise sur sa capacité d'innovation (avec par exemple son offre *EST Buy & Keep* proposant l'envoi de la copie DVD de chaque film acheté sous format numérique<sup>[2]</sup>) et d'investissement (budgets colossaux consacrés à l'acquisition de droits sportifs, de séries TV exclusives et d'accords privilégiés avec les studios de cinéma américains). Une stratégie gagnante qui permet au groupe d'enregistrer sa plus forte croissance trimestrielle depuis 11 ans (+70% d'abonnés tous marchés confondus) et qu'il entend désormais appliquer au domaine de l'art. La refonte de *Sky Arts* s'accompagnera à ce titre d'une augmentation de 10% du budget consacré à l'acquisition de programmes culturels.

<sup>[1]</sup> Flash 754 : Sky continue de recruter des abonnés malgré la concurrence - 29/04/15

<sup>[2]</sup> Flash 753 : Sky étend son offre EST aux non abonnés - 22/04/15