

# Spotify : vers une offre de streaming vidéo

**Spotify devrait annoncer le 20 mai prochain son projet d'extension au domaine de la vidéo. Le groupe serait en négociation avec plusieurs acteurs de l'audiovisuel pour enrichir son offre de vidéo courtes, en particulier avec plusieurs réseaux multichânes. Le groupe suédois aurait pour objectif de marcher sur les traces de YouTube pour pénétrer le marché lucratif de la vidéo en ligne au moment où son incapacité à dégager des bénéfices devient préoccupante.**

## Un enrichissement du service de streaming musical par la vidéo

Spotify, le groupe de streaming musical suédois, devrait annoncer le 20 mai une offre de streaming vidéo accessible dès la fin du mois. Cette thèse est étayée par la révélation la semaine dernière par certains journaux américains, parmi lesquels le Wall Street Journal et le New York Times, de négociations engagées entre le service suédois et plusieurs groupes audiovisuels portant sur l'acquisition de contenus vidéos.

La nature de l'offre de vidéos n'a pas encore été clairement définie, mais il devrait s'agir d'un enrichissement du service de musique plutôt que de la création d'un service vidéo ex-nihilo. Selon le New York Times, les vidéos sont conçues par le groupe suédois pour être une source additionnelle de divertissement pour les utilisateurs de Spotify et intégreront donc directement le service musical en complément des 30 millions de titres musicaux disponibles. Cet enrichissement ne devrait pas modifier les conditions d'accès au service qui se divise entre un mode d'accès gratuit comportant des publicités et un mode payant sans publicité.

L'objectif pour le groupe est de pénétrer le marché de la vidéo plus rémunérateur alors que son déficit a été multiplié par trois au cours du dernier exercice. Le groupe souhaite également disposer d'une offre de contenus mélangeant vidéo et musique afin de contourner la menace de YouTube qui détourne une part de son audience grâce à son offre de clips musicaux.

## Une offre variée de vidéos courtes

Spotify a pour ambition de développer une offre de contenus variées puisque le groupe est en contact avec un panel de producteurs de contenus très différents allant des chaînes de télévision nord-américaines jusqu'aux réseaux multichânes. Ainsi, dans le domaine de la télévision, Spotify serait en discussion avec NBC Universal, Fox et Viacom. Le groupe serait également en contact avec des groupes média diversifiée Vice et Condé Nast. Enfin, le Wall Street Journal rapporte des discussions avancées avec trois réseaux multichânes (MCN) américains : Maker Studios, Fullscreen et Tastemade.

Les négociations porteraient tant sur l'acquisition de contenus déjà existants que sur la création de contenus exclusifs en particulier dans le cadre des négociations avec les MCN. Spotify, aurait offert des tarifs élevés pour l'acquisition de contenus mais également un partage des revenus publicitaires. Le service dispose de liquidités suffisantes pour

proposer des tarifs attractifs puisqu'il a effectué une levée de fonds de 400 millions de dollars le mois derniers. Ces conditions sont donc particulièrement avantageuses pour les réseaux multichânes en constante recherche de débouchés à l'extérieur de YouTube pour leurs contenus.

Spotify cible uniquement des contenus courts afin de maximiser la rétention de l'audience. Ce type de contenus pourra être adapté facilement aux systèmes de playlists du service. Mais le volume devra être suffisamment important pour inciter au binge-watching. Les types de contenus recherchés seraient ainsi en priorité des sketches extraits des émissions de télévisions de type late-shows ainsi que certains programmes de YouTubeurs affiliés aux MCN.