

Accord Yahoo!/NFL pour la diffusion exclusive d'un match en OTT

Le match d'ouverture de la saison de NFL 2015-16 entre les Jaguars de Jacksonville et les Buffalo Bills, le 25 octobre, sera le premier de l'histoire à être diffusé exclusivement sur Internet. Les amateurs de football américain du monde entier pourront accéder gratuitement au live-streaming du match sur l'une des plates-formes propriétaires de la firme californienne (Yahoo.com, Yahoo! Sports, Yahoo! Screen et Tumblr). Une jolie opération médiatique qui a néanmoins un coût : 20 millions de dollars pour les droits de ce seul match. Il ne s'agit en effet que d'un coup d'essai pour le moment, les droits TV de la ligue de football nord-américaine étant bloqués jusqu'en 2022 (près de 7 milliards de dollars par an négociés auprès de CBS, Fox, NBC, ESPN et DirecTV).

En contrepartie de la somme déboursée, l'entreprise dirigée par Marisa Mayer percevra l'ensemble des revenus publicitaires liés à cet événement sportif.



Une opportunité commerciale réelle quand on sait qu'un match de football américain diffusé aux États-Unis est agrémenté de pas moins de 20 coupures pubs représentant environ 101110 spots publicitaires par rencontre. L'horaire de diffusion du match en question pourrait toutefois constituer un écueil de taille. La rencontre se déroulera à Londres en fin d'après-midi (17h30) pour promouvoir la discipline en Europe et donnera lieu à une diffusion très matinale outre-Atlantique (9h30 à New-York et 6h30 à Los Angeles). Un élément qui pourrait avoir son importance en termes de retombées publicitaires, le public américain demeurant la première source d'audience pour la NFL.

Au-delà du buzz généré, ce partenariat marque un changement dans la manière de distribuer ces contenus. Sport le plus populaire aux États-Unis, le football américain a construit son audience grâce aux networks historiques. Cet accord avec le groupe Yahoo!, acteur reconnu de l'univers digital, témoigne de la stratégie à long terme de la NFL de donner de l'ampleur à sa distribution et d'élargir son audience au-delà de ses frontières en adressant les marchés étrangers de façon globale et non plus un à un. C'est également un test à grande échelle pour valider l'appétence du public pour le live-streaming, une pratique de plus en plus répandue sur le sol américain. Pour Yahoo!, privilégié par la NFL pour son importante base d'utilisateurs (plus d'un milliard de visiteurs uniques chaque

mois) et la popularité de son jeu virtuel *Fantasy Football* en lien avec la discipline (véritable phénomène de société outre-Atlantique), il s'agit d'une formidable opportunité d'accroître sa visibilité à l'international. Cet accord donne également de l'épaisseur aux ambitions du groupe dans le domaine de la distribution de contenus vidéo premium, nerf de la guerre dans la bataille que se livrent les géants américains de l'OTT pour la captation et la fidélisation d'abonnés. En s'octroyant des droits sportifs pour la première fois, Yahoo! confirme la transformation progressive des services de streaming vidéo en chaînes de télévision premium et la concurrence de plus en plus frontale avec les opérateurs traditionnels de TV payante. Si la diffusion gratuite et en streaming de ce match de NFL par Yahoo! à travers le monde ne devrait pas bouleverser la répartition des droits TV actuels, elle donne en revanche une indication précise de la direction prise par les deux parties pour leur développement futur.