

Time Warner lance un nouveau studio dédié aux contenus OTT

Time Warner vient d'annoncer le lancement de Warner Bros. Digital Networks, une nouvelle division qui sera en charge de la production de contenus *Over The Top* pour alimenter les filiales numériques, existantes et à venir, du conglomérat américain.

La nouvelle division de production sera dirigée par Craig Hunegs, président en charge du business et de la stratégie de Warner Bros. Television Group. Elle doit permettre d'accélérer le déploiement du groupe dans le domaine de l'OTT en fournissant notamment des contenus pour ses offres de vidéo à la demande parmi lesquelles DramaFever, service international de VoD/SVoD acquis en février dernier auprès du groupe japonais SoftBank, et Warner Archive Instant, service de SVoD qui regroupe tous les grands classiques de la Warner. Warner Bros. Digital Networks gèrera également les investissements du groupe dans Machinima, site de streaming autour de l'univers du jeu vidéo, dans Uninterrupted, plate-forme média créée par la star du basket américain LeBron James, et dans Ellen Digital Ventures, autre plate-forme média développée par la présentatrice vedette Ellen DeGeneres.

Pour Time Warner, le lancement de cette nouvelle entité de production s'inscrit dans un mouvement plus large qui doit permettre de créer de véritables synergies avec les autres propriétés du groupe, dont les réseaux de chaînes Turner (CNN, TNT, Cartoon Network, Boomerang...) et HBO. Une stratégie qui vise notamment à multiplier les occasions de contact direct avec les téléspectateurs en général, et les *cord-cutters* en particulier. Face à la baisse des abonnements au câble outre-Atlantique, Time Warner souhaite dépasser le cadre de son activité de distribution traditionnelle sur l'univers de la TV payante et élargir son audience dans le domaine du numérique. Une volonté qui s'était traduite l'année passée par le lancement aux États-Unis de HBO Now, déclinaison OTT de la chaîne premium éponyme. Proposé en *stand-alone* à 14,99\$ par mois, le service approchait la barre du million d'abonnés à la fin du premier trimestre 2016. Le mois dernier, c'était au tour de TCM (Turner Classic Movies) d'annoncer le développement d'un nouveau service de SVoD reprenant des classiques du cinéma indépendant et d'art et d'essai. Nommé FilmStruck, le service devrait être disponible à l'automne et démarrer avec un catalogue de plus de 1 000 œuvres. Une migration vers l'univers de l'OTT que devrait expérimenter sous peu The CW, le réseau de télévision hertzien codétenu par Warner Bros. et CBS. Craig Hunegs a en effet déclaré qu'il bénéficierait lui aussi du travail de Warner Bros. Digital Networks, ajoutant par la même occasion que le futur service OTT reposerait sur un modèle hybride, mélangeant télévision en direct et vidéo à la demande.

La création de Warner Bros. Digital Networks, et ce qu'elle implique en termes d'organisation pour sa maison-mère, est une réponse au mouvement de fond qui sévit chez les grands networks US. Face à la popularité grandissante du streaming et au basculement des revenus, ces derniers se montrent de plus en plus réticents à l'idée de partager leurs contenus avec des services tiers tels que Netflix, Amazon ou Hulu. De fait, les acteurs du

paysage de la télévision américaine se sont bousculés au cours des derniers mois pour construire leurs propres offres de vidéo en ligne : HBO Now donc, mais aussi CBS All Access, Showtime, Starz ou encore Seeso (NBCU). Des offres qui, selon les foyers, se positionnent dorénavant en complément ou en concurrence de celles des acteurs historiques de l'OTT.