

# La vidéo OTT accélère en s'appuyant sur les programmes courts

Les offres vidéo OTT par abonnement se multiplient depuis le début de l'année 2016. La tendance s'est encore accentuée au cours des dernières semaines aux Etats-Unis et AT&T, Sony ou Verizon renforcent leur présence sur ce marché. L'objectif de ces services est de séduire « millenials » et « cord-cutters », ce qui passe par des offres personnalisables et un riche catalogue de vidéos digitales.

**Otter Media (AT&T) sur le point de lancer un service OTT de chaînes digitales à la carte**



**Otter Media**, la joint-venture d'AT&T et **Chernin Group**, va dévoiler dans les semaines à venir une nouvelle plate-forme de services de vidéo en ligne par abonnement. Ce futur service a vocation à devenir un service de SVoD d'un nouveau genre, destiné au public qui justement ne s'abonne pas aux offres payantes traditionnelles. Selon Variety, le service devrait être officiellement dévoilé au cours du mois de juillet pour un lancement avant la fin de l'année.

Ce nouveau service développé par **Ellation**[1], et vraisemblablement nommé **Vrv**, devrait agréger l'ensemble des chaînes et services de vidéo digitale d'Otter Media parmi lesquelles CreativeBug (site, service par abonnement et chaînes YouTube spécialisés dans le « Do It Yourself ») et surtout **Crunchyroll** (service de SVoD spécialisé dans l'anime japonais qui compte 800 000 abonnés). Le projet d'Otter Media est de rassembler jusqu'à 30 à 50 chaînes digitales thématiques et premiums dont une partie de chaînes éditées par des tiers. Le service commercialiserait les chaînes en bundle où à la carte, chacune ciblant une audience de niche susceptible de payer pour des contenus premiums. En un sens, le modèle économique du projet se rapproche du Streaming Partners d'Amazon Prime qui propose des offres payantes tierces en option à ses abonnés. Le projet d'Otter Media devrait s'organiser autour de Crunchyroll, les abonnés à ce service pourraient alors choisir en option différentes chaînes digitales payantes supplémentaires. Une part importante de ces chaînes optionnelles devraient être spécialisées dans les contenus courts ou issus de l'écosystème YouTube, à l'instar de CreativeBug. Les chaînes disponibles, les tarifs et types de bundles n'ont pas encore été dévoilés cependant.



Otter Media n'a pas encore annoncé si la plate-forme serait associée avec son service **Fullscreen SVoD**. En effet, Fullscreen[2] a lancé son propre service de SVoD (4,99\$/mois sans publicité) le 26 avril dernier. Le service propose des formats courts et web-séries premiums créés par les YouTubeurs vedette du réseau Fullscreen. Si le service reprend certains contenus de ses chaînes YouTube, il propose également une part importante de contenus originaux. L'ajout de l'offre Fullscreen SVoD dans les bundles de Vrv pourrait donc être un élément attractif pour les bundle du projet VrV. Fullscreen SVoD pourrait constituer un deuxième pilier de l'offre en complément de Crunchyroll ce qui permettrait au futur service de toucher des public de niche bien distincts avec d'une part des passionnés d'animation japonaise et d'autre part les spécialistes de l'écosystème YouTube. Lancé récemment, le service n'a pas encore communiqué sur ces résultats en termes d'abonnés.



Otter Media pourrait également choisir d'associer à son agrégateur le service SVoD de **Rooster Teeth**. Rooster Teeth, racheté par Fullscreen en 2014, est une société de production digitale spécialisée dans les vidéos dédiées au jeu vidéo et qui diffuse essentiellement ses contenus sur YouTube et sur son site[3]. Le service propose néanmoins de longue date un service payant par sponsoring qui a été refondu en service de SVoD depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2016. Appelé désormais **Rooster Teeth First**, le service dans sa version standard propose des contenus premiums exclusifs, des vidéos en direct, des versions longues, des avant-premières et des making-of au tarif de 4,99\$ par mois ou 19,99\$ pour 6 mois. Le service propose également une version à 34,99\$ qui inclut l'envoi mensuel d'une « box » de produits dérivés exclusifs. En juin 2016, avant sa refonte, Rooster Teeth comptait 135 000 abonnés payants. Le service, étant donné sa nature de niche et sa récente refonte, aura sans doute sa place parmi les services de la future plate-forme Vrv.

Enfin, Ellation pourrait bénéficier de synergies avec AT&T. Fullscreen SVoD est ainsi proposé à un tarif promotionnel aux abonnés AT&T et des contenus originaux Fullscreen devraient être également diffusés sur la chaîne de télévision payante Audience accessible dans les offres TV de DirecTV et U-Verse (AT&T). La future offre d'Ellation pourrait sans doute bénéficier du même soutien de la part d'AT&T et d'un accès privilégié à sa base de 100 millions d'abonnés aux Etats-Unis. Si une association avec les offres d'AT&T se confirmait, cela constituerait l'aboutissement des efforts de l'opérateur dans les contenus digitaux depuis plusieurs années avec une offre rassemblant les différentes marques qu'il a financé à travers Otter Media.

## Une concurrence accrue dans la vidéo digitale

Cependant, Otter Media n'est pas le seul acteur à renforcer sa présence dans les services OTT. Au cours des dernières semaines, des concurrents directs du futur service Vrv ont effectués de nouvelles annonces.



L'opérateur mobile **Verizon** a ainsi annoncé de nouveaux renforts de fonctionnalités et de contenus pour son ambitieux service **Go90** qui vise les mêmes spectateurs que Vrv. Go90, est une application gratuite qui cible les jeunes consommateurs détournés des offres traditionnelles en offrant une combinaison de contenus TV traditionnels (Comedy Central, Discovery, ESPN, MTV, VH1...) complétés par une offre très riche de titres issus des catalogues des plus importants producteurs digitaux (Fullscreen, Maker Studios, Machinima, Stylehaul...). Go90 est une des pierres angulaires de la stratégie de Verizon pour conquérir de nouveaux clients et le groupe a lourdement investi dans les contenus notamment avec Hearst pour bénéficier de contenus originaux. Verizon peut désormais s'appuyer en interne sur plusieurs spécialistes de la vidéo digitale et du format court parmi lesquels AOL, AwesomenessTV, Complex, RatedRed.com ou encore Seriously.tv.... Verizon a annoncé il y a deux semaines que finalement son service Go90 serait accessible également sur téléviseur. Les utilisateurs de l'application pourront désormais utiliser Chromecast ou Apple TV, en fonction de leur OS, pour regarder leurs contenus sur leur téléviseur. Selon Verizon, l'étude des utilisateurs a montré que le téléviseur restait leur écran préféré et l'accessibilité du service sur cet écran devrait permettre de favoriser le décollage de Go90 parmi les « cord-cutters » qui souhaitent bénéficier de l'expérience de la télévision sans s'abonner au câble. En outre, Verizon a annoncé en parallèle un partenariat avec Insurrection Media, studio spécialisé dans la vidéo digitale, pour développer de nouveaux contenus exclusifs sur sa chaîne Seriously.TV et Go90.



Vrv devra également faire face au service **Playstation Vue** qui vient d'étendre son service aux terminaux Roku. Playstation Vue est un service de télévision OTT lancé dans les grandes villes américaines en 2015 et en mars 2016 dans l'ensemble des Etats-Unis. Le service vise à ajouter de la valeur au service de divertissement Playstation Network intégré aux consoles Playstation en le transformant en écosystème complet (VOD, Musique, TV..). Le service propose des bouquets de 60 à 100

chaînes américaines pour des tarifs entre 49,99 et 69,99\$ mais aussi certaines chaînes à la carte. Parmi les chaînes à la carte, Sony a récemment ajouté des services spécialisés dans la vidéo digitale dont **Machinima**[4], un des principaux producteurs de contenus spécialisés dans le jeu vidéo sur YouTube. Depuis, le mois de juin le service est disponible sur Roku et Android en plus des consoles Playstation et des terminaux Amazon Fire. Depuis son lancement officiel en mars 2016, Playstation Vue a attiré 100 000 abonnés et espère accélérer son rythme de recrutement grâce à sa présence sur de nouveaux terminaux.

[1] Ellation est l'entité d'Otter Media qui supervise le développement des nouvelles marques de vidéo digitale du groupe. Elle est dirigée par Tom Pickett ancien vice-président en charge des contenus de YouTube

[2] Un des plus importants réseaux de chaînes digitales sur YouTube, racheté en septembre 2014 par Otter Media

[3] La chaîne YouTube Rooster Teeth compte 8,6 millions d'abonnés et 4,45 milliards de vidéos vues. Le réseau de chaînes YouTube de la marque a enregistré 155 millions de vues au mois de juin selon Social Blade.

[4] Machinima vient d'ailleurs fin juin de lancer en partenariat avec AMC une offre SVoD dédiée au jeu vidéo et à l'e-sport en Espagne et au Portugal. Le service est disponible sur Smart TV, iOS, Android et certaines offres de télévision payante.