

Studio+ dépasse le cap des 800 000 abonnés

Studio+ compterait désormais 800 000 abonnés dans le monde. C'est une belle réussite pour le service du groupe Vivendi qui après des débuts difficiles a revu au cours des derniers mois sa politique tarifaire et son catalogue. Néanmoins, ce chiffre ne doit pas faire oublier la grande dépendance de Studio+ par rapport aux opérateurs télécoms avec lesquels il a noué des partenariats.

Une baisse de prix et un catalogue enrichi

A l'occasion de ses résultats annuels, Vivendi a annoncé que son service Studio+ avait atteint les 800 000 abonnés dans le monde. Ce chiffre a de quoi surprendre étant donné que les premiers résultats du service semblaient très mitigés en France. En effet, selon BFM Business, en mars 2017 seulement 30 000 épisodes avaient été visionnés soit un résultat particulièrement décevant. Si ces résultats français ne permettent pas d'estimer le succès du service à l'étranger, ils démontraient néanmoins un réel problème d'attractivité. Vivendi conscient de ces difficultés a dû réagir et s'attaquer aux principaux défauts de son service : un prix trop élevé et un catalogue de titres encore réduit.

Les difficultés de Studio+ au lancement peuvent sans doute s'expliquer en grande partie par un prix trop élevé. En effet, avec un tarif initial de 4,99 euros par mois, Studio+ s'approchait des tarifs français de certains services SVoD qui pour quelques euros de plus offrent des catalogues beaucoup plus riches. Preuve des difficultés, certains producteurs comme Emmanuel Chain se sont émus publiquement de ce prix trop élevé. En outre, à partir du printemps, Studio+ est entré en concurrence directe avec le service de formats courts Blackpills, proposé à un prix deux fois moins élevé (1,99€). Vivendi a donc dû baisser fortement son tarif et propose depuis juillet Studio+ au prix de 2,99 euros par mois en France. En outre, il est désormais possible de visionner gratuitement les épisodes pilote de certaines séries originales.

Cette baisse de prix a sans doute permis au groupe de recruter de nouveaux abonnés mais le service a également fait des efforts pour enrichir son catalogue. Ainsi, le nombre de séries disponibles est passé de 20 à 80 séries en 6 mois[1]. Cette hausse est due pour partie à l'ajout de nouvelles créations originales (*Biarritz Surf Gang*, *Aj Zombies*, *Blanca...*) mais également à de très nombreuses acquisitions comme la série d'animation française *Last Man*, la série canadienne *Filth City* ou la série américaine *Miss 2059*. Studio+ a d'ailleurs finalement revu à la hausse ses objectifs puisque Gilles Gallud, directeur général, déclarait encore au printemps que Studio+ proposerait seulement 50 séries par an (25 productions et 25 acquisitions). Le service a en outre relancé la production de contenus originaux après une pause de deux mois au printemps.

Un service dépendant des partenariats opérateurs

Cependant, outre ce catalogue enrichi et un tarif plus abordable, une autre explication au décollage de Studio+ réside sans doute dans les nombreux partenariats que le service a conclus avec des opérateurs. Au total, Studio+ est distribué par au moins un opérateur

dans 13 pays différents.

A l'étranger le service n'est pas directement inclus dans des forfaits opérateurs. Mais des partenariats exclusifs ont été noués avec des acteurs locaux pour qu'ils assurent la promotion du service auprès de leurs abonnés. En Amérique Latine le service est distribué depuis fin 2016 dans 11 pays en exclusivité par Telefonica et ses filiales locales[2]. Dans ces pays, le service n'est disponible que pour les abonnés d'un de ces opérateurs qui se chargent en retour de la promotion. Le service reste cependant payant avec la possibilité de souscrire à un abonnement mensuel ou hebdomadaire[3]. En Italie, le service est proposé également en exclusivité par TIM au tarif de 0,99 euros par semaine ou de 3,99 euros par mois.

En France, depuis le 23 janvier, les abonnés à une offre mobile Sensation[4] de Bouygues Télécom peuvent choisir Studio+ comme « bonus »[5] de leur offre et accéder gratuitement au service. Bouygues est le seul opérateur à offrir gratuitement ce service. En effet, s'il était attendu qu'Orange le propose également dans le cadre de certains forfaits, l'opérateur s'est contenté de le pousser à ses abonnés au tarif préférentiel 2,99 euros par mois à partir d'avril. Cette offre est toujours affichée sur le site d'Orange mais a largement perdu de son intérêt puisque le service est désormais accessible par tous à ce prix. Enfin, Studio+ était également proposé au lancement aux abonnés Canal+ au tarif promotionnel de 3,99 euros, devenu caduc depuis la baisse de prix du tarif général.

Du fait que le service soit directement inclus dans certains forfaits, les 800 000 abonnés ne sont donc pas nécessairement des utilisateurs effectifs. Afin d'estimer le nombre d'utilisateurs réels, il est possible de se rapporter aux données d'utilisation des applications mobiles. On constate ainsi que l'application Studio+ a été téléchargé entre 100 000 et 500 000 fois sur Android soit un niveau comparable à celui de l'application de Blackpills ou de celle du service de SVoD TFouMax pourtant plus ancienne. Néanmoins, l'application n'est que la 50^e application de divertissement la plus téléchargée en France sur Android et la 56^e sur iOS. L'application Studio+ a néanmoins figuré dans le top 20 des applications de divertissement les plus téléchargés dans plusieurs pays notamment après sa baisse de prix[6].

Comparatif des services Studio+ et Blackpills en France



[1] Relevé effectué par NPA Conseil le 5 septembre sur le site en ligne du service.

[2] Par Vivo au Brésil et par Movistar en Argentine, Costa Rica, Equateur, Guatemala, Mexique, Nicaragua, Panama, Pérou, Salvador et Uruguay.

[3] Les tarifs varient d'un pays à l'autre mais restent équivalents au tarif français : 40 pesos en Argentine (1,96 euros) ou 1 990 pesos au Chili (2,6 euros)

[4] D'abord proposé au sein de l'offre Sensation 5Go, Studio+ est désormais proposé à partir du forfait Sensation 20Go.

[5] Les forfaits Sensation proposent un seul « bonus » au choix parmi 5 propositions : Studio+, l'Equipe, B.TV, un doublement des données internet ou enfin une utilisation illimitée d'internet le week-end. Studio+ a remplacé CanalPlay parmi les bonus offerts par Bouygues mais les abonnés déjà bénéficiaire du service Canalplay avant le 23 janvier 2017 peuvent continuer à utiliser le service dans une limite de 24 mois.

[6] 7^e application de divertissement sur iOS et 14^e sur Android en juillet 2017 en France ou encore 3^e application de divertissement au Chili sur Android en mars 2017. Soit des classements à peu près similaire à ceux enregistré par sa concurrente Blackpills