

VIDEOFUTUR, premier opérateur français à intégrer Amazon Prime Video sur sa Box

L'application Amazon Prime Video est disponible depuis le 1^{er} octobre dans la BOX TV VIDEOFUTUR pour tous les abonnés fibre de l'opérateur. Après BT et Deutsche Telekom en Europe et Comcast aux Etats-Unis, le FAI Vitis est le premier opérateur français à distribuer le service de SVoD du géant de Seattle.

Montée en puissance dans l'Hexagone du service SVoD d'Amazon

Amazon Prime Video a été lancé en France le 14 décembre 2016 en même temps que dans 200 pays à travers le monde. Un lancement en toute discrétion et très décevant en raison d'un catalogue très modeste à l'époque, de l'absence de contenus locaux, d'une plateforme non localisée mais commune à toute l'Europe et d'une absence totale de communication. Les choses ont bien changé depuis, puisque le catalogue a littéralement explosé pour atteindre au mois de septembre les 1 323 titres uniques (soit 12 905 épisodes) lui permettant de se positionner sur le marché français comme la deuxième offre la plus riche derrière le grand rival américain Netflix (3 478 titres uniques pour 30 345 épisodes)[1]. Une division française de Prime Video, pilotée par les bureaux européens d'Amazon a vu le jour, permettant des acquisitions de séries et de films auprès des acteurs hexagonaux. Amazon a également commencé en 2018 une stratégie marketing offensive pour promouvoir sa marque grâce à la publicité (14 M€ investis depuis décembre 2017), ainsi que ses programmes originaux les plus emblématiques, *The Grand Tour* et plus récemment *Tom Clancy's Jack Ryan* qui a bénéficié cet été de 13,5M€ d'investissements publicitaires[2]. Enfin, si le nombre d'abonnés Amazon Prime dans l'Hexagone et surtout d'utilisateurs réels de l'offre vidéo reste un mystère bien gardé, le service de SVoD s'est durablement installé dans les usages - loin derrière Netflix - mesurés par le Baromètre quotidien de la consommation piloté par NPA Conseil avec Harris Interactive. Au mois de septembre 2018, Amazon Prime Video concentre ainsi 9% des actes de consommation SVoD en France, confirmant sa deuxième position pour le septième mois consécutif[3].

Pour autant, Amazon reste freiné dans sa stratégie de transformation de Prime Video comme une offre autonome de destination majeure pour tous les foyers par un nombre insuffisant d'accord de distribution avec les opérateurs de TV payante et les FAI. Trois accords seulement, avant VIDEOFUTUR, ont été signés en 2018. BT d'abord au Royaume-Uni (en juin), puis surtout Comcast en août pour un hébergement sur la plateforme Xfinity X1 d'ici la fin de l'année, et Deutsche Telekom en Allemagne au mois de septembre. Prime Video est donc encore très loin de Netflix qui a systématisé depuis 2013 et un premier accord avec Virgin Media, l'hébergement de son service sur les plateformes des opérateurs. Netflix est aujourd'hui ubiquitaire chez les opérateurs. En Europe, Netflix est repris sur pas moins de quarante plateformes, soit 80% des opérateurs dont les Box sont ouvertes aux services OTT[4]. Avec la Fibre VIDEOFUTUR, c'est donc le marché français des Box qui s'ouvre pour la première fois au service Prime Video. Amazon avait approché en 2017 les principaux opérateurs français afin de pouvoir proposer son service mais les négociations s'étaient soldées par un échec en raison notamment du souhait d'Amazon

d'avoir la liberté de pouvoir ajouter d'autres fonctionnalités dans les box (Twitch, livraison Prime, pourquoi pas demain Amazon Channels...). Enfin, les box Android TV disponibles sur le marché français - Bbox Miami, Bbox Ultym, Freebox mini 4K, TV Connect SFR - ne permettent pas l'installation de l'application Android TV Prime Video, celle-ci étant réservée en exclusivité pour l'instant au boîtier nVIDIA Shield uniquement aux Etats-Unis.

Intégration *a minima* de Prime Video par VIDEOFUTUR

Lancé à la fin de l'année 2016, Vitis, l'opérateur 100% fibre sur les Réseaux d'Initiative Publique (RIP) piloté par Netgem, La Caisse des dépôts et Océinde, propose son offre Triple Play La Fibre VIDEOFUTUR dans 22 départements. Près de 700 000 foyers sont déjà éligibles sur plusieurs RIP opérées par Altitude Infrastructure, Covage/Tutor, Axione et désormais TDF (Val d'Oise, Yvelines, Indre-et-Loire et bientôt Loir-et-Cher et Maine-et-Loire). L'objectif du FAI est d'atteindre un million de prises éligibles à la fin de cette année.

L'intégration d'Amazon Prime Video dans la nouvelle box TV Ultra HD 4K de VIDEOFUTUR permet d'élargir une offre audiovisuelle qui, depuis le début, souhaite répondre et accompagner les usages de consommation à la demande et délinéarisée. Si environ 70 chaînes linéaires dont les chaînes payantes premium OCS (et son replay OCS GO) et beIN SPORTS (mais pas les offres Canal+) sont proposées, c'est l'intégration du replay (14 chaînes disponibles) qui constitue depuis le début une des principales innovations. Le rattrapage est en effet accessible sous forme d'un reverse EPG et les abonnés ont également la possibilité de réorganiser de manière thématique les programmes au sein de l'interface de la box. Ensuite, la vidéo à la demande sous toutes ses formes représente la principale promesse de l'offre VIDEOFUTUR. Sont en effet inclus en illimité dans les abonnements les services de SVOD TFouMax (depuis avril 2018) et FilmoTV (le partenariat date de 2014, bien avant le lancement de l'offre Fibre). S'y ajoute un service de vidéo à la demande transactionnel avec plus de 15 000 films et séries en location et en achat définitif, ainsi que la Disneytek depuis cette rentrée (150 films Disney, Pixar, Marcel, Star Wars à l'achat) jusqu'alors distribuée en exclusivité chez Free. Enfin, la box héberge également des applications de services complémentaires de vidéo à la demande à commencer par YouTube.

L'intégration de Prime Video, s'il s'agit d'une première sur le marché français est pour l'instant relativement modeste. Prime Video ne bénéficie pas d'une section ou d'un hub dédié, mais est accessible simplement sous la forme d'une application dans la section « Applications », aux côtés donc de YouTube, Radioline, Euronews, BBC News... La mise en avant est donc très limitée. De la même manière, les contenus de Prime Video sont indépendants et inaccessibles dans les interfaces de recherche de la Box. Enfin, contrairement à ce que propose désormais Netflix à certains partenaires (Sky, Comcast...), Amazon ne permet pas aux opérateurs de gérer les abonnements et encore moins la facturation. Il est donc nécessaire pour accéder à Prime Video de s'abonner préalablement à l'offre Prime sur le site ou les applications d'Amazon. Il convient ensuite d'appairer son compte sur VIDEOFUTUR en renseignant ses identifiants. L'opération est unique et n'a pas besoin d'être réitérée à chaque connexion.

Le premier accord entre Amazon et un opérateur en France marque indéniablement une

étape importante. Alors que Netflix cible en priorité les principaux FAI sur chaque territoire et privilégie les accords globaux (Orange distribue désormais le service dans les 29 pays répartis entre l'Europe, l'Afrique et le Moyen-Orient où il est présent ; idem pour Altice avec un accord portant sur la France, Israël, le Portugal et la République dominicaine), Amazon entre dans les box par une porte beaucoup plus modeste. Pour autant, la stratégie n'est pas dénuée d'intérêt. L'objectif de Prime Video reste en effet de déclencher un abonnement au service global Amazon Prime. Or, le fait de cibler en priorité les clients d'un opérateur adressant les zones les moins denses et donc les moins bien desservies permet de rencontrer un public sensible à la première promesse de Prime, celle d'une livraison gratuite et rapide partout sur le territoire des produits achetés sur Amazon.

[1] NPA Conseil, Baromètre de l'offre SVoD

[2] Kantar Media (les investissements publicitaires sont mesurés en brut)

[3] NPA Conseil, Harris Interactive, Baromètre de la consommation SVoD

[4] Kagan Research "Netflix's growing influence on Europe's svod outlook", TVB Europe, 2018 Mediatech Outlook, sept.2018

