Le groupe Moonscoop a lancé mi-janvier, sur les réseaux du câblo-opérateur américain Comcast, un service de VoD gratuite de séries pour enfants de son catalogue, également disponible sur le site du câblo et, en fin d'année, dans l'offre mobile de Sprint Nextel. Ce service baptisé Kabillion, financé par la publicité, lui permet aussi de bénéficier d'une « rampe de lancement » aux Etats-Unis pour les séries non acquises par les networks.

Le groupe français Moonscoop a lancé mi-janvier aux Etats-Unis un service multi plate-forme de VoD gratuitedestinée aux enfants grâce à un accord passé avec Comcast : le câblo propose ce service, baptisé Kabillion, dans son offre basique et sur son site internet. « Comcast nous a contactés pour nous proposer de monter une chaîne de VoD gratuite pour son réseau câblé : Kabillion est ainsi disponible depuis le 13 janvier auprès des 24 millions de foyers abonnés à son offre basique, en broadband sur son site et sera également lancée, au 4ème trimestre 2007, dans l'offre mobile de l'opérateur Sprint Nextel », nous a annoncé Christophe di Sabatino, coprésident de Moonscoop.

Comme les autres offres VoD de Comcast, Kabillion est financé par la publicité ou le sponsoring : en échange de lamise à disposition gratuite en streaming des programmes - intégrant un spot avant et après chaque épisode -, Moonscoop, éditrice du service, récupère la totalité de la recette publicitaire. « Ce modèle est possible car il s'adresse à un nombre suffisant de foyers, avec une pénétration très importante du réseau », souligne Christophe di Sabatino.

Le service propose tous les mois un certain nombre d'épisodes de séries (pour le lancement Titeuf, Alien Bazar,Mix Master, série coréenne distribuée par Moonscoop, et Bobby's World, série américaine dont elle a acquisspécialement les droits), tirées pour l'instant des quelque 3 000 demi-heures de son catalogue (production du groupeou séries de tiers distribuées à l'international). « A terme, nous allons faire de l'acquisition de droits VoD pour le territoire américain », nous indique-t-il également.

Pour Moonscoop, l'intérêt de Kabillion est double : outre le développement d'un nouveau mode de consommation de sesprogrammes, la plate-forme joue également le rôle de « rampe de lancement pour les séries n'ayant pas franchi les portes des networks », poursuit Christophe di Sabatino.Kabillion a ainsi un rôle « marketing » : « La plate-forme permet de voir les choix des enfants sans l'intermédiation des networks. » Et d'analyser les clics, leurs fréquences, de « comprendre ce que les enfants ont envie de voir en matière de d'animation ». Pour lui, elle a la fonction que jouait « à l'époque, la syndication ». Cette proximité avec la consommation réelle des enfants permet également à la société de proposer un «rafraîchissement de la grille (de Kabillion) à des rythmes différents pour chaque série » : « Elle permet de faire du sur-mesure. »
Proposée dans la rubrique « Kids » de l'offre du câblo, Kabillion y côtoie notamment les

services VoD de Cartoon Network, de Nickelodeon, Discovery ou encore de Hit Entertainment (appelée Sprout). Dédiée aux 6-11 ans, elle propose, outre les séries, un magazine mensuel, KaBlab, produite par Moonscoop, qui, dans la version broadband, offre également des goodies, des jeux, etc. Un site kabillion.com a par ailleurs été lancé par Moonscoop (via sa filiale américaine Mike Young Production) sur le même modèle et avec, pour le territoire américain, la même offre de VoD.

Source : Satellifax