

Thierry Cammas, directeur général du groupe MTV France, a annoncé hier le lancement, sur le marché français, de la première plate-forme de vidéo gratuite, en streaming, des chaînes MTV et Game One. Ce nouveau service, opérationnel depuis hier, correspond au nouveau positionnement digital de MTV Networks France.

“En France, nous avons récupéré tout l’inventaire des sites internationaux”, a indiqué Thierry Cammas. Le groupe MTV détient dans le monde, à ce jour, 240 sites web et dénombre aux Etats-Unis 36 millions de visiteurs uniques par mois. Propriétaire de 40 chaînes destinées aux mobiles (dont deux en France), MTV Networks se trouve dans le top 5 en matière de développement digital. Les revenus digitaux se chiffrent en 2007 à 500 millions de dollars. Grâce au développement de la nouvelle offre Internet du groupe MTV Networks France qui a démarré hier (lire également page 2), dédiée aux 15-24 ans, MTV France peut d’ores et déjà anticiper “une hausse de ses revenus internet de 30 %, grâce à ces nouveaux services de vidéo, ce en partie grâce aux recettes publicitaires”, nous a-t-on confié en marge de la conférence de presse. “La création de ces nouveaux services via Internet permettra le développement de l’audience et de la valeur de MTV France. Nous allons développer la valeur des différentes plates-formes et interconnecter l’Internet, le mobile, la TV, le PC”, a indiqué Thierry Cammas. “Il s’agit d’aller au contact de l’audience, là où elle se trouve. Nous devons adopter une approche de plus en plus “vidéocentrique””, a poursuivi le directeur général de MTV France. Tout contenu doit être visionné “où je veux, comme je veux, quand je veux”.

On assiste en effet à un véritable “phénomène vidéo” chez les 15-24 ans. Ces derniers adoptent “une consommation différée, qui semble prendre le dessus”, estime Thierry Cammas. Par ailleurs, “20 % des 15-24 ans visionnent de la vidéo sur le net tous les jours”, observe le DG de MTV France. Pour répondre à cette attente, MTV Networks France a ainsi créé des produits novateurs sur le marché français, baptisés “Je veux ma vidéo” et “Je veux ma playlist”. Avec “Je veux ma playlist”, l’internaute devient directeur des programmes, en composant sa propre grille de contenus choisis parmi 11 000 vidéos et 700 heures de programmes des chaînes MTV et Game One. Ce premier service de VOD gratuite de chaîne musicale en France a été dans un premier temps testé, depuis octobre 2006, auprès des abonnés du câble (soit 800 000 foyers). “Nous avons dès lors décidé d’ouvrir le service à l’ensemble du marché français”, note Thierry Cammas. L’internaute a notamment accès aux émissions emblématiques de la chaîne, aux programmes quotidiens musicaux sur mtv.fr, aux émissions d’actualité digitale sur Game One (gameone.net). Le modèle est notamment financé par la publicité : une publicité de 15” toutes les trois vidéos. Aucune pub n’est “zappable”. Le nouveau service de diffusion TV des vidéos personnelles baptisé “Je veux ma vidéo” permet aux internautes de diffuser leurs vidéos personnelles (triées toutefois sur le volet) au sein de certains programmes de MTV, MTV Pulse, MTV Idol et Game One. “Nous n’avons pas pour objectif de devenir un nouveau YouTube, mais nous souhaitons fédérer une communauté afin de la faire venir sur la TV”, prévient Thierry Cammas. Par ailleurs, aucune diffusion ne sera en

en flux linéaire sur Internet, car les chaînes sont des modèles payants. Bref, “ce nouveau service apportera une valeur promotionnelle et marketing pour les chaînes de MTV Networks France. Il s’agit d’un bon business plan qu’il faut développer”, conclut Thierry Cammas.

Source : ET Ecran Total