

Studio 100 veut faire vibrer les petits francophones

ENFANTS Sa chaîne est diffusée sur Proximus TV à partir de ce mercredi

- La société de production de divertissements pour enfants flamande signe un accord de diffusion avec Proximus.
- Elle s'étend sur le marché francophone.

K3, Mega Mindy, le lutin Plop, Bumba mais aussi Vic le Viking, Maya l'abeille... pour l'immense majorité des enfants et ados de Flandre, ces noms résonnent familièrement et sont synonymes de souvenirs joyeux. Cela fait vingt ans que les personnages de la société de production Studio 100 cartonnent sur les petits écrans en Flandre.

L'entreprise fondée par Gert Verhulst et Hans Bourlon en 1996 est devenue une véritable multinationale du divertissement pour enfants avec des studios d'animation en France et en Australie, six parcs d'attractions en Belgique, Allemagne et aux Pays-Bas, plusieurs longs-métrages à son actif... A la manière d'un Disney, elle a opté pour une stratégie consistant à décliner ses franchises de toutes les manières possibles : merchandising, CD/DVD, parcs d'attraction, spectacles vivants et comédies musicales, livres, plates-formes numériques...

Passé la frontière linguistique pourtant, l'aura de Studio 100 s'évanouit. Ses séries et dessins animés sont bien diffusés sur RTL mais en trop faible quantité pour créer une véritable notoriété. Comme Woestijnvis, qui a aussi fait les belles heures de la télé flamande, Studio 100 cherche

aujourd'hui à s'étendre au sud du pays. Pour y arriver, il s'est trouvé un partenaire : Proximus. Ce dernier rendra disponible dès ce 1^{er} juin dans son offre de base la chaîne Studio 100 TV qui diffusera toute la journée les productions du groupe.

L'opérateur télécom est déjà le partenaire exclusif de Studio 100 pour la distribution de Wanago, une sorte de Netflix des enfants qui permet, moyennant 5,95 euros, d'avoir accès à tout le catalogue de Studio 100 à tout moment et sur tous les appareils (tablettes, smartphones...).

« On essaie de devenir une entreprise réellement belge, explique Anja Van Mensel, CEO de Studio100 Benelux. Dans le passé, on n'a pas toujours réussi. Cela a été difficile de trouver le bon partenaire. Nous sommes contents d'avoir cet accord avec Proximus qui nous permettra d'avoir beaucoup plus de points de contact avec les enfants. »

La méconnaissance des personnages de Studio100 au sud du pays entrave en effet l'entreprise dans son développement. « Nous essayons d'avoir une approche 360 degrés avec des séries et des films mais aussi du merchandising, des parcs, des spectacles. Ce sera plus facile pour nous de convaincre un distributeur national comme Carrefour de lancer une action autour de nos personnages si on est aussi connu en Wallonie. » Le même raisonnement vaut pour le parc PolpsaCoo à Coe. Il rencontrera plus de succès si les petits Wallons sont familiarisés avec les personnages qui peuplent le parc.

Un partenariat avec une des deux grandes chaînes du sud du pays n'aurait-il pas été plus porteur ? En Flandre, c'est grâce aux commandes de la VRT dans un premier temps puis des autres

grandes chaînes (VTM...) ensuite que Studio100 a pu se dévelop-

per. En outre, Proximus n'a que la moitié du marché wallon de la TV numérique. Anja Van Mensel le reconnaît, mais explique qu'il n'y avait pas vraiment de volonté dans le chef de RTL de lancer une chaîne de télévision 100 % dédiée aux enfants. Quant à la RTBF, « elle n'a pas été intéressée même si elle aimait le projet ». Reste à voir quel accueil les petits francophones réserveront à ces productions pensées pour les enfants du nord du pays. « Je ne sais pas si la réaction sera la même, reconnaît Anja Van Mensel. En Flandre, on a mis 20 ans pour apprendre à connaître les goûts des enfants et bâtir ce que l'on connaît aujourd'hui. Cela va donc prendre aussi du temps côté

francophone. On se donne jusqu'à la fin de l'année pour voir ce qui fonctionne bien et moins bien afin d'ajuster le tir. » Studio 100 n'entend pas traîner. Dès l'année prochaine, le groupe veut commencer à organiser des spectacles en Wallonie.

Pour Proximus, ce partenariat avec Studio 100 permet de jouer la carte de l'ancrage belge. « Jusqu'ici, nous n'offrions que des chaînes pour enfants étrangères comme Disney Channel, explique Stéphanie Rockman, directeur contenu et média chez Proximus. Studio 100 est un important employeur au niveau belge et a réussi à démontrer l'intérêt d'une production locale. Ce sont des valeurs que nous partageons. » Il pourrait aussi y avoir des retombées économiques pour le sud du pays. « A terme, notre objectif est de produire du contenu télé qui s'adresse spécifiquement au public francophone avec des créateurs et des acteurs francophones », affirme Anja Van Mensel. ■

JEAN-FRANCOIS MUNSTER

EN CHIFFRES**176 millions d'euros
de chiffres
d'affaires**

Studio 100 est une vraie success story. L'entreprise a réalisé en 2014 176 millions de chiffre d'affaires et emploie un millier de personnes. Les six parcs d'attractions constituent la principale activité du groupe (35 % du chiffre d'affaires). Il y en a trois en Belgique : La Panne, Hasselt et Coo. L'année dernière, un parc aquatique représentant un investissement de 16 millions d'euros a été inauguré à La Panne. La production de programmes TV est le second pilier du groupe (21 % des ventes). En 2014, Studio 100 a lancé une plate-forme numérique - Wanagogo - afin de s'adapter aux nouveaux comportements des enfants qui consomment de plus en plus de contenu sur les tablettes de façon non linéaire. Cette application payante n'a pas rencontré un franc succès. Studio 100 en a maintenant confié la commercialisation exclusive à Proximus.

J.-F. M.