

# S'allier à Proximus, la solution de la dernière chance pour Be TV

## TÉLÉVISION A partir du 1<sup>er</sup> mars, VOO n'aura plus l'exclusivité de Be TV

► Les abonnés de Proximus pourront payer pour accéder aux six chaînes et au catalogue premium de Be TV.

► Un « win-win » qui démontre aussi l'échec de la stratégie de VOO.

### DECRYPTAGE

C'est une petite révolution dans le paysage audiovisuel belge qui a été annoncée ce vendredi. A partir du 1<sup>er</sup> mars, les clients de Proximus pourront s'abonner à Be TV pour 24,99 euros par mois. Jusqu'à présent, il fallait être chez VOO pour pouvoir accéder directement depuis son décodeur aux six chaînes de Be TV (Be 1 HD, Be Séries HD, Be Ciné HD, Ciné+ Premier HD, Ciné+ Frisson HD et Ciné+ Classic HD). Pour rappel, Be TV, ce sont tous les grands films récents (populaires et plus pointus) et des séries premium, dont l'intégralité du catalogue de HBO (« Game of Thrones », « Westworld »), disponibles au même moment qu'aux Etats-Unis.

Une révolution, vraiment ? Plutôt une évolution logique des choses selon une source proche du dossier, contactée par *Le Soir*. « C'est une forme d'épilogue dans la stratégie verticale de VOO et celle horizontale de Proximus. » On vous explique.

Ces dix dernières années, les deux principaux fournisseurs d'accès à internet et à la télévision, VOO et Proximus, n'ont pas suivi la même route pour attirer un maximum d'abonnés.

« Au départ, ils se faisaient la guerre sur les contenus, explique notre source. Il y a un peu moins de dix ans, c'était à celui qui aurait le plus d'exclusivités,

le plus de chaînes à proposer. »

Du côté de VOO, cela passait par Be TV et ses fictions premium. Proximus avait surtout misé sur le sport. On se souvient des bagarres pour les droits du championnat belge puis des compétitions européennes. Sauf que les coûts ont tellement flambé qu'ils ont été obligés de s'entendre et de se les partager.

Pour se différencier de nouveau, Proximus et VOO ont misé sur le facteur technologique et les services proposés aux clients. Le fait de pouvoir mettre le programme en pause, de retourner en arrière, d'enregistrer à distance. Cela a fonctionné un temps. Ce n'est déjà plus un argument.

En 2015, Netflix a débarqué en Belgique. Proximus en a fait

un allié plus qu'un concurrent. C'est un bon exemple de sa stratégie horizontale. « Proximus prend tout ce qui passe et se pose en intégrateur d'un maximum de contenus. Il ne se mêle pas de ces contenus, le but est de satisfaire tout le monde avec un service optimal. » Après le « Movies & Series Pass » et Netflix, Be TV viendra s'ajouter à sa collection.

### « Le modèle du premium n'a plus aucun avenir »

Au même moment, VOO décidait de rester dans une stratégie dite « verticale ». Via Be TV, ils achetaient des contenus (droits sportifs, films et séries) pour les intégrer dans leur offre, en espérant que les gens les préféreraient à

Proximus pour profiter des exclusivités. Cela aurait pu fonctionner, mais ça n'a pas été le cas. Les clients ont préféré la stratégie de Proximus et VOO a perdu la moitié de ses abonnés.

Autant de clients potentiels qui ne sont plus accessibles à sa filiale Be TV. Pour survivre, la chaîne à péage n'avait donc plus le choix. Il fallait changer de tactique et s'allier à Proximus, de manière à avoir accès à 1,5 million de décodeurs supplémentaires en Belgique.

La « libération » de Be TV par son actionnaire VOO sera-t-elle suffisante pour sauver la chaîne cryptée qui, selon nos confrères de *L'Echo*, était encore rentable en 2016, malgré une perte de 12 % de ses abonnés ? Notre source bien placée n'est pas opti-

miste : « Le modèle du premium n'a plus aucun avenir. Il est né dans des pays où l'offre était rare. En France, il n'y avait que six chaînes au moment du lancement de Canal+. Ils n'ont pas résisté à l'éclatement de l'offre via la TNT et ses 27 chaînes gratuites. Il y a aussi eu la concurrence sur le sport avec BeIn qui a brisé le quasi-monopole de Canal+ sur les droits du foot. Le premium est impayable aujourd'hui. Ce n'est plus possible de suivre. »

Les patrons de Proximus et Be TV se sont réjouis de leur alliance dans un communiqué de presse envoyé vendredi. Ils détailleront leur stratégie lors d'une table ronde la semaine prochaine. ■

MAXIME BIERMÉ

### FRANCE

**Canal+ a perdu un million d'abonnés sous Bolloré**

Le groupe de TV payante Canal+ a continué à perdre des abonnés en France l'an dernier, affichant un recul de quelque 300.000 abonnés directs sur 2017, a annoncé sa maison mère Vivendi jeudi à l'occasion de ses résultats annuels.

Le groupe, qui avait perdu environ un million d'abonnés en cinq ans, a refondu en 2016 son offre avec un éventail de nouveaux abonnements modulables, mettant fin à son offre unique à environ 40 euros. Il a par ailleurs signé des accords de distribution avec les opérateurs, espérant élargir ainsi sa clientèle.

Mais il n'a pas réussi son pari de renouer avec un gain net d'abonnés en 2017.

La base d'abonnés directs (distribués directement par Canal+) atteint 4,95 millions fin 2017, alors qu'elle s'élevait à 5,25 millions fin 2016.

Ce recul est compensé par un développement des abonnés ayant souscrit une offre via les opérateurs comme Free et Orange, mais ces abonnements sont moins lucratifs pour le géant des médias. Ces abonnés progressent de 189.000, à 3,1 millions d'abonnés au 31 décembre 2017.

Au total, fin 2017, Canal+ compte en France 8,067 millions d'abonnés individuels, un chiffre en recul de 115.000 sur un an.

Signe encourageant pour Canal+, le revenu moyen par abonné direct progresse légèrement à 45,70 euros, tandis que le taux de désabonnement baisse à 16,1 %.