

11 Avril 2008
<http://www.latribune.fr>

Entreprises & secteurs / Communication

La Tribune.fr - 11/04/08 à 18:05 - 368 mots

Télévision sur mobile

De nouveaux entrants tentent leur chance pour exister sur la future "télévision de poche"

Depuis jeudi sont entendus les 36 candidats à la télévision sur mobile (TMP) diffusée sur des récepteurs de poche et prévue fin 2008. Seuls 13 d'entre eux seront retenus car 13 canaux de fréquence leur seront attribués, 3 étant attribués aux chaînes du service public. En plus des principaux acteurs traditionnels, de nouveaux entrants tentent leur chance. Tour d'horizon de quelques projets.

Télé Melody (société Cofites)

Déjà présente sur le câble, le satellite et l'ADSL, Télé Melody est une "chaîne musicale de patrimoine" qui diffuse essentiellement des émissions de variétés, ciblant les 35-55 ans. La programmation qu'elle envisage est la même que celle qu'elle diffuse actuellement sans adaptation particulière au format de la TMP.

La chaîne prévoit un modèle payant. Bruno Lecluse, son PDG, estime que 20 à 30% seulement des ressources de la chaîne en TMP proviendront de la publicité car il assure que le groupe Télé Melody dispose de "fonds propres importants pour assurer le développement de la chaîne sur la TMP". Elle assure s'appuyer également sur le soutien de ses actionnaires (Media Participation, la famille Mulliez, actionnaires principaux d'Auchan et Décathlon, ainsi que la société de production de Michel Drucker).

OneTV Plus (société Mobibase)

Le dossier défendu par One TV Plus s'appuie sur son expérience dans la télévision mobile via la technologie 3G sur laquelle elle s'est positionnée il y a déjà deux ans. Se définissant comme une chaîne généraliste, elle vise un public jeune (15-35 ans) avec des programmes courts. La chaîne s'engage à être complètement différente avec seulement 10% des contenus issus des chaînes de son bouquet. 64 émissions sont d'ores et déjà prévues, grâce à des partenariats variés (AFP, le groupe CNet, Mediaton, etc).

La chaîne mise sur un modèle gratuit, comptant sur les recettes publicitaires et les services interactifs. Vincent Roger, directeur général de Mobibase s'est dit prêt à dépenser les près de 500.000 euros supplémentaires pour que One TV Plus puisse être captée sur les 14 lignes de métro (30.000 euros par ligne de métro et par chaîne sont nécessaires).

LaTribune.fr