

+ la Lettre

les clés de

La presse

La boîte à outils des professionnels de la presse

L'événement

Comment Disney+ se lance sur le marché français

+ Disney+ a dévoilé, le 6 mars, son catalogue. Au programme : plus de 500 films, plus de 300 séries et 26 créations Disney+ originals en exclusivité, du familial et grand public, avec l'ensemble des productions maison (Disney mais également Marvel, Pixar et National geographic) et quelques surprises, dont les 30 premières saisons des *Simpsons*. Opérationnel le 24 mars, le service est disponible au prix de 6,99 euros par mois pour 4 écrans simultanés.

Un prix d'abonnement plus bas que Netflix

Dans la guerre que se livrent les plateformes de streaming, Disney joue la carte tarifaire, avec un abonnement plus avantageux que celui de son principal concurrent Netflix, dont le tarif s'élève à 7,99 euros par mois pour un seul écran en même temps. Le lancement de Disney+ a d'ailleurs contribué à vider le catalogue de Netflix d'une partie de ses contenus. Le distributeur officiel de Disney+ en France est Canal+. A rebours de la stratégie de Netflix, dont le modèle de diffusion favorise l'usage du « binge-watching », Disney+ mise sur une diffusion hebdomadaire des nouveaux épisodes, dans l'idée de créer des rendez-vous mais aussi d'éviter les abonnements opportunistes.

Un catalogue déjà riche

Les fans de science-fiction et de super-héros en auront pour leur argent : Disney+ propose ses grands blockbusters dont *Captain America Civil War*, *les Gardiens de la galaxie*, les sept films de la franchise *Star Wars*... Ses grands classiques répondent également présents (*Cendrillon*, *Blanche-Neige*, *la Petite sirène*...), aux côtés des films d'animation plus récents (*la Reine des neiges*), des séries animées (*la Bande à Picsou*) et des programmes signés Disney Channel (*Hannah Montana*). Les abonnés auront accès aux créations Disney+ originals, à commencer par la série *The Mandalorian*, succès populaire grâce au personnage de Baby Yoda, *High school musical* (la comédie musicale et la série) et *Il était une fois les Imagineers*, *les visionnaires Disney*.

Un marché très concurrentiel

Leader sur le créneau de la SVOD, le trio Netflix-OCS-Amazon prime video sera bientôt sérieusement concurrencé par de nouveaux entrants sur le marché. Apple TV+ s'est lancé en novembre avec une politique agressive de prix (4,99 euros par mois), pour un catalogue rassemblant de grosses pointures dont la super-star américaine Jennifer Aniston (*The Morning show*) et l'interprète d'Aquaman Jason Momoa (*See*). Parmi les lancements à venir, on retrouve HBO max (Warner média) à 14,99 dollars en mai prochain aux Etats-Unis, Peacock (NBC Universal) en avril, et Salto, la plateforme conjointe de TF1, France télévisions et M6, dans le courant de 2020. Ces nouveaux acteurs débarquent dans un marché saturé, où l'on retrouve déjà Youtube premium (11,99 euros), Facebook watch, Canal+ séries (dès 6,99 euros) et SFR play (Altice), à 5 euros pour les abonnés SFR et 10 pour les autres.

Mathilde Joris

Tendances

Le diagnostic sociétal de la régie 366

+ Sonder la société française pour comprendre comment elle évolue au fil du temps. Telle est l'ambition de 366, la régie de la presse quotidienne régionale, avec l'étude *Françaises, Français, etc*, dont les résultats de la 5^{ème} édi-

A nos lecteurs

Profitez de tarifs réduits pour le prochain festival de l'info locale

La 2^{ème} édition du festival de l'info locale sera organisée à Nantes les 24 et 25 septembre prochain. Pendant deux jours, conférences, retours d'expériences, ateliers de mise en pratique et pitches se succèderont pour découvrir des projets ou des solutions innovantes. Partenaire de l'événement, *les Clés de la presse* vous propose, pour toute inscription réalisée avant le 31 mars, une réduction de 15 % sur le tarif. Pour en bénéficier, veuillez nous contacter par mail à lalettre@lesclesdelapresse.fr.

Couillises

Après l'édition, Christian Carisey s'attaque à la presse

Après avoir repris l'an dernier Archipel studio, une agence éditoriale qui conçoit et réalise des livres illustrés pour le compte de tiers, Christian Carisey, ancien directeur de la communication et des affaires institutionnelles de Presstalis, vient de racheter, via l'entremise et sur les conseils d'Axe média, la marque Geroscopie. Celle-ci comprend un mensuel papier, accompagné d'un site Internet, d'une newsletter hebdomadaire et d'un annuaire des professionnels, destiné au personnel médical au service des maisons de retraite et des Ehpad.

Talents

Richard Ben Bennai, ex-Hôtel & lodge, est nommé responsable du développement print et digital