



Vincent Roger (Mobibase) :
**« La télévision devient
applicative »**

“
Il s'agit pour nous de travailler avec STI et SSI sur l'image et sur les assets de Monaco pour développer un nouveau modèle de télévision haut de gamme.
 ”

■■■ avec le groupe mexicain TV Azteca. Depuis mai, Mobibase reprend ainsi les chaînes Az Corazon, Az Cinema, Az Mundo et Az Clic dans les bouquets hispanophones qu'elle distribue.

L'évolution de Mobibase est à l'image du marché. La société a débuté en fournissant des images fixes aux opérateurs de téléphonie mobile, à l'époque où les réseaux supportaient difficilement la diffusion de contenus vidéo. Elle s'est mise à éditer des chaînes et à élargir sa cible à tous les opérateurs d'IP-TV. La mutation de son modèle a également touché les contenus distribués par Mobibase. Elle éditait des flux internationaux sans considération du public final, elle délivre désormais des chaînes dans 15 langues différentes. La société s'est également mise à distribuer des chaînes ethniques pour que ses clients puissent toucher telle ou telle diaspora régionale. Le mode de fourniture des chaînes a également évolué : « *La télévision est devenue une expérience vidéo au sens large, qu'il s'agisse d'un flux linéaire ou d'une offre à la demande. D'où deux mouvements de fond pour notre marché : déjà multi-devices, la télévision devient applicative. Dans 80 % des cas, nos clients nous demandent des contenus édités en flux et en délinéarisé, mais surtout l'application qui permet d'y accéder* », explique Vincent Roger. En proposant désormais plus que le flux linéaire, Mobibase, bénéficiaire depuis ses débuts, augmente son panier moyen.

Ses fondateurs sont également les principaux actionnaires de la société, aux côtés du fonds d'investissement Kreaxi, ex-Banexi Ventures Partners, détenteur de 28 % du capital. Mais la situation pourrait évoluer : « *Nous étudions des opportunités de rapprochements industriels en cohérence avec l'évolution du*

BIO

Vincent Roger, 47 ans : le Japon et KPMG avant l'entrepreneuriat

Né en 1969, Vincent Roger est diplômé de l'Ecole supérieure des sciences et technologies de l'ingénieur (Esstin, Nancy). Il débute en 1993 en s'expatriant pendant six ans au Japon. Après avoir tenté d'initier quelques projets sur place, il intègre le service économique de l'Ambassade de France en 1994. Deux ans plus tard, il rejoint SBA Consulting, société basée à Tokyo spécialisée dans la gestion de droits, en particulier de marques de luxe. De retour en France début 1999, Vincent Roger intègre le pôle marketing de KPMG où, pendant trois ans, il travaille essentiellement pour des clients issus des télécommunications. Parallèlement, il signe avec Stéphane Dubreuil « *Le marketing multimédia mobile* » (Editions de l'Organisation, 2003), un ouvrage qui se veut une référence sur le sujet et qui permet à Vincent Roger d'interviewer une soixantaine d'acteurs du secteur. Ces échanges nourrissent un projet d'entreprise : il fonde la société Mobibase avec Laurent Sarver en novembre 2002. Les deux fondateurs, soutenus au capital par le fonds Banexi Ventures Partners (devenu Kreaxi fin 2016), sont majoritaires au capital.

marché », explique son directeur général, Vincent Roger.

Mobibase est passée de 3 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2014 à 4,3 millions en 2016, réalisés à 90 % à l'international. En France, Orange et SFR, qui ont un temps compté parmi ses clients, ne le sont plus. La société a, en revanche, signé de nouveaux contrats en Afrique du Sud où la société livre un bouquet thématique à Vodacom, à Dubaï avec Etilasat ou encore au Nigeria où elle travaille pour MTN et pour Diamond Bank. Elle vient également d'engager un partenariat avec des acteurs monégasques. « *Mobibase a mis en place un partenariat industriel avec STI (Christian Moore), éditeur de services de télévision et SSI (Ilhami Aygun) société d'exploitation du satellite MonacoSat, toutes deux basées à Monaco, afin d'éditer un bouquet de chaînes de télévision dédiées aux thématiques du luxe. La première que nous lançons pour STI, est Super Yacht TV consacrée au life style des super yachts. Elle sera suivie par*

une autre chaîne sur l'immobilier très haut de gamme, une sur les vins et spiritueux, une sur l'environnement, et d'autres encore... Il s'agit pour nous de travailler avec STI et SSI sur l'image et sur les assets de Monaco pour développer un nouveau modèle de télévision haut de gamme », détaille Vincent Roger.

Le coût de fabrication des chaînes est très limité : Mobibase récupère des contenus fournis par des acteurs du secteur (vendeurs de yachts, offices du tourisme, etc.) qu'il réencode et édite au sein de la chaîne. « *L'économie de ces chaînes positionnées sur des niches tient au parrainage, en l'occurrence issu d'acteurs haut de gamme positionnés eux-mêmes sur ces hyper-niches* », explique le directeur général. Pour autant, la quête du sponsor reste l'affaire de l'opérateur : Mobibase ne s'aventure pas sur ce terrain. « *Régie publicitaire, c'est un autre métier, pas le nôtre en tout cas, même s'il évolue*, précise Vincent ■■■

En 15 ans d'existence, Mobibase a mué dans l'ombre des opérateurs télécom. La promesse initiale – du contenu pour les mobiles – a tourné à la fourniture de chaînes de télévision thématiques et de services de VOD. La société fournit désormais régulièrement des offres clé en main (flux et application) à des opérateurs, essentiellement à l'étranger. L'objectif : viser des marchés de niche, comme la société le fait actuellement à Monaco.



SUPERYACHT TV

SuperYachtTV est un chaîne éditée par Mobibase et qui sera distribuée dans le cadre d'un partenariat à Monaco.

Mobibase fait partie de ces PME françaises qui rayonnent davantage à l'international que dans l'Hexagone. Créée fin 2002 par Vincent Roger et Laurent Sarver, elle a choisi la voie du BtoB en éditant et en distribuant des flux TV pour les opérateurs. A l'image d'un

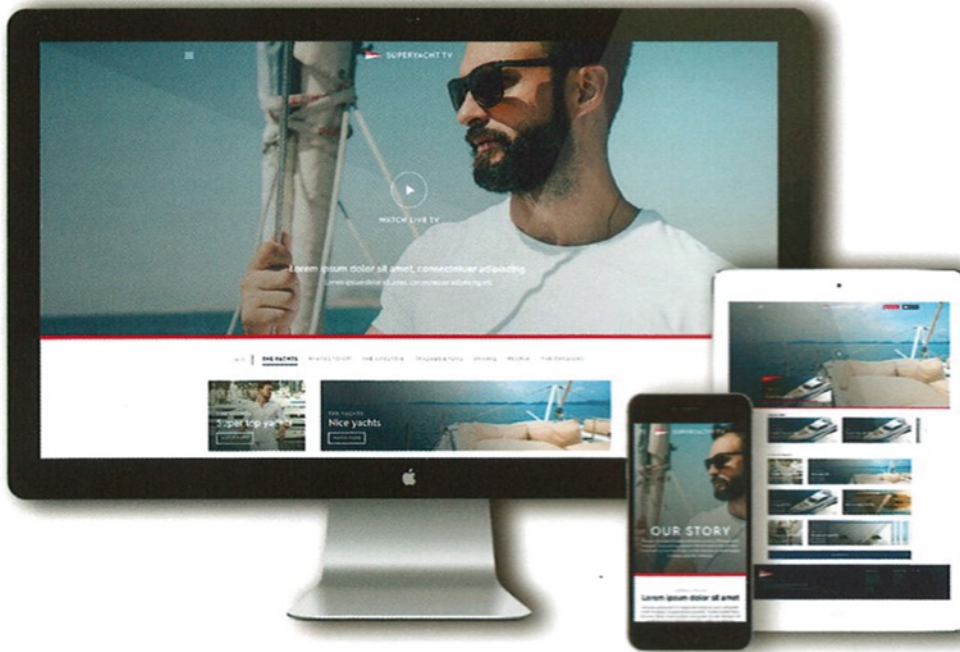
Cellfish – devenu Alchimie il y a quelques mois –, l'entreprise officie de manière majoritaire à l'étranger plutôt que sur le marché très mûr que représente la France en matière de contenus. Le grand public, client du client de Mobibase, y reçoit déjà une offre pléthorique de contenus premium là où Mobibase privilégie des chaînes low-cost. Le catalogue des 200 flux distribués par la société trouve un écho plus favorable au Moyen-Orient, en Amérique latine et en Afrique.

Mais Mobibase doit son dernier succès commercial au marché de Bosnie Herzégovine. La plate-forme d'IPTV MAXtv, qui propose déjà une centaine de chaînes thématiques et ethniques en Bosnie Herzégovine, reprend, depuis juin, un bouquet de 16 chaînes turques et en langue arabe vendu par la société. Le catalogue global de Mobibase comprend un tiers de chaînes éditées en propre par Mobibase, par exemple Sports TV, Gossip, Cooking TV ou encore Travel TV. Le reste est issu d'accords de distribution tel que celui récemment conclu ■■■



Dans 80 % des cas, nos clients nous demandent des contenus édités en flux et en délinéarisé, mais surtout l'application qui permet d'y accéder.





Mobibase a été fondée en 2002 par Vincent Roger et Laurent Sarver, respectivement directeur général et président de la société. Elle emploie une trentaine de personnes basées à Sophia Antipolis, siège de la société, et a ouvert un bureau à Dubaï.

■ ■ ■ Roger. On nous demande de plus en plus de gérer clé en main la chaîne de valeur de la télévision. On s'oriente vers la production d'offres de télévision en marque blanche. »

Avec le client monégasque, Mobibase est rémunéré à la prestation, mais le modèle pourrait évoluer. Dans 70 % des cas, le principe du partage de revenus s'applique. La commission reversée peut être un montant fixe quand le modèle économique de l'opérateur ne permet pas de prélever une partie des revenus générés. En amont, la société achète les droits des contenus qu'elle édite en chaîne ou prend un mandat de distribution. Il faut donc générer du volume pour équilibrer l'ensemble.

Dans tous les cas de figure, les clients restent ceux de l'opé-

rateur. Mobibase n'entend pas s'aventurer sur le BtoC. Un de ses concurrents, Alchimie a lui fait le choix de se frotter au grand public en développant une offre BtoC. Sous la direction de Nicolas d'Hueppe, la société auparavant filiale du groupe Lagardère teste une offre d'IP-TV¹ baptisée « Watch it ! ». Alchimie agrège toujours des contenus – Mobibase est d'ailleurs devenu l'un de ses fournisseurs – mais les vend désormais directement au consommateur par l'intermédiaire des opérateurs et directement en OTT. Chez Mobibase, le sujet n'est pas à l'ordre du jour.

La société a pourtant déjà révélé de l'appétit pour le BtoC. En 2006, elle lançait One TV,

¹ Voir à ce sujet notre article du 8 mai 2017 : [Alchimie, nouvel acteur du paysage audiovisuel ?](#), Satellimag n°292, www.satellimag.fr

un bouquet de chaînes édité spécialement pour la télévision mobile. Deux ans plus tard, elle défendait un projet de chaîne grand public lors de l'appel à projets mené par le CSA pour lancer la télévision mobile personnelle (TMP)². Aujourd'hui, même si un client koweïtien lui a demandé d'utiliser une marque créée par Mobibase, Play You, pour une offre lancée sur place, l'opérateur reste seul maître des clients. « Le BtoC, c'est un vrai métier et ce n'est pas rentable tant qu'on n'est pas dans une masse critique », considère Vincent Roger. Quinze ans après sa création, la société est avant tout un agrégateur de contenus partenaire des opérateurs. ■

² La candidature n'a pas été retenue et la TMP n'a jamais vu le jour.

“

Nous étudions des opportunités de rapprochements industriels en cohérence avec l'évolution du marché.

”

