



# MÉDIAS et PUBLICITÉ

## TF1 signe un accord de distribution avec Videofutur

*Ce fournisseur d'accès est spécialisé sur les réseaux de fibre dans les zones rurales.*

ENGUÉRAND RENAULT [@erenault](#)

**AUDIOVISUEL** Après avoir signé des accords de distribution avec tous les opérateurs télécoms puis avec Canal+, le groupe TF1 poursuit sa stratégie de vente de ses contenus linéaires, non linéaires (My TF1) et des services comme le start-over ou l'enregistrement des programmes (nPVR). Il vient ainsi de signer un accord avec Videofutur, le fournisseur d'accès triple play (Internet, voix et vidéo), sur les réseaux fibre déployés dans les zones non denses : les fameux RIP (réseaux d'initiative publique).

Filiale de Netgem, de la CDC et d'Océinde, Videofutur opère aujourd'hui sur les RIP déployés dans une trentaine de départements français principalement situés dans le Nord, l'Est, le Grand Est et en Ile-de-France. Ces réseaux raccordent environ un million de foyers.

Videofutur propose ensuite à ces foyers une offre d'accès Internet 1 gigabit et des services de télévision avec une centaine de chaînes gratuites ou payantes, des offres de replay et de vidéo à la demande ou par abonnement, pour un prix unique de 39,90 euros TTC, hors option (Amazon Prime Vidéo ou OCS).

### Croissance rapide

Deux ans après sa création, Videofutur compte un peu moins de 30 000 abonnés et a réalisé en

2018 un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros. La société prévoit de tripler ce montant d'ici à 2021, profitant du déploiement de la fibre dans les régions françaises. Mais pour pouvoir rivaliser avec les quatre grands opérateurs Orange, SFR, Bouygues Telecom et Free, qui eux aussi commercialisent leurs offres sur les réseaux RIP, Videofutur doit pouvoir disposer de la même offre de contenus. « Pour vendre nos abonnements, les facteurs déclencheurs sont tout d'abord la proximité de nos commerciaux, la qualité de l'offre de contenus et un prix attractif » explique Mathias Hautefort, PDG de Vitis, la société commercialisant l'offre Videofutur.

Netgem, premier actionnaire de Videofutur, vient de lui apporter une plateforme technologique qui lui permettra dans un futur proche de permettre à ses abonnés une consommation multiécrans de ses contenus. En rémunération de cet apport, Netgem est remonté au capital de Videofutur à hauteur de 53%. Netgem mise beaucoup sur cette filiale qui promet d'être son relais de croissance. Car en 2018, en raison de la forte baisse de son activité de commercialisation de box, le chiffre d'affaires de Netgem a chuté d'un tiers, à 42 millions d'euros. ■

# 10

millions  
d'euros

de chiffre d'affaires  
en 2018. Videofutur  
prévoit de tripler  
ce montant d'ici à 2021