

## Non Stop Group / H2O Productions : création du « média 100 % digital » Non Stop Hanouna

La marque Hanouna prend un nouvel essor sur le numérique. En association avec la société de l'animateur et producteur, **H2O Productions, Non Stop Group**, qui édite la chaîne Non Stop People, vient de lancer le « média 100 % digital » **Non Stop Hanouna**, a-t-il annoncé, mercredi 12 avril. Les deux entreprises, filiales de **Banijay Group** (à 100 % pour la première et un peu de plus de 50 % pour la seconde au côté de Mediatic System), ont noué un **partenariat éditorial et économique** (avec **partage de revenu**) afin de nourrir cette offre avec **toutes les images détenues par Cyril Hanouna** – soit, actuellement, tout ce qui a été produit jusqu'à fin août 2016 – dont elle détient l'**exclusivité d'exploitation**.

### Partenariat avec C8 pour la saison en cours

Un **troisième partenaire** entre « totalement » dans la boucle pour toutes les émissions de « la saison en cours » : **C8**, qui les diffuse (*Touche pas à mon poste !, L'œuf ou la poule*, les prime time...), **en possède l'intégralité des droits TV et numériques**, a précisé **Hugues Dangy**, président-fondateur de Non Stop Group, à *Satellifax*. Là encore, les revenus seront partagés pour cette période. Outre la **publicité**, la société, qui va confier la commercialisation du site à **Canal+ Régie**, mise aussi sur des « opérations spéciales », a-t-il ajouté.

Côté éditorial, **non-stop-hanouna.fr**, qui sera doublé d'**applications iOS et Android « à la rentrée 2017 »**, se veut **complémentaire de l'offre de C8** pour la saison en cours, avec les émissions en rattrapage, des extraits, des focus sur les chroniqueurs, des « mashup », etc. Non Stop Group prévoit aussi de proposer des contenus originaux. Les vidéos sont « embeddées dans un **player Dailymotion**, ce qui assure une totale transparence au groupe Canal+ [propriétaire de la plateforme... et de C8, ndlr] », a souligné Hugues Dangy.

Pour le catalogue, la démarche est la même : donner un large panorama de « l'univers de Cyril Hanouna ». Dans un premier temps, la société éditrice se concentre sur les **saisons 2012-2013 à 2015-2016**, soit « deux ans de travail » pour numériser et éditorialiser les images. Le site, pour l'instant largement centré sur 2016-2017, proposera des « replay » pour

chacune d'entre elles, ainsi que des archives rééditorialisées, etc. Egalement connecté sur les **réseaux sociaux**, Non Stop Hanouna propose aussi la « **Baba hotline** » : les internautes sont invités à contacter les équipes de *TPMP* pour « faire une surprise à un proche », « lancer un défi à un chroniqueur », « participer à *TPMP* » ou encore, « exceptionnellement, rencontrer un chroniqueur ».

### La « puissance phénoménale » de Cyril Hanouna

« J'ai vu ce que faisait H2O, qui était peu exploité sur le numérique. Pour moi, **le programme le plus réseaux sociaux compatible, c'est Cyril Hanouna** », a considéré Hugues Dangy, soulignant aussi la capacité de l'animateur à attirer un public plus jeune : il a « **une puissance phénoménale** ». Cette « intuition » se mariait bien, selon lui, avec la stratégie menée par Non Stop Group sur la création d'« **écosystèmes numériques** » qui permettent une diversification des ressources de l'entreprise.

Les sites non-stop-people.com et non-stop-zapping.com cumulent ainsi « 5 millions de vidéos vues par mois », auxquelles s'ajoutent les « 25 millions » enregistrées par les « partenaires » (Dailymotion, Yahoo, MSN, Le Figaro, Orange...). Non Stop Hanouna se veut donc un nouvel « écosystème hypervertueux », capable non seulement de générer des revenus supplémentaires, mais aussi de trouver des audiences complémentaires, a-t-il jugé.

L'investissement pour le site est « très faible », a simplement indiqué Hugues Dangy, assurant par ailleurs qu'il « **ne perdra pas d'argent en année 1 d'exploitation** ». Il a également mis en avant la capacité de son entreprise à **produire à moindre coût** : 3 000 sujets vidéo sont tournés par mois pour Non Stop People pour un « coût de production de moins de 100 euros la minute ».

Non Stop Group poursuit par ailleurs son projet autour des **animaux de compagnie** – « un marché énorme » –, développé avec **KM**, autre filiale de Banijay Group. Au-delà du projet de chaîne **Non Stop Animaux**, elle travaille à une **émission hebdomadaire, associée à « un univers numérique »**. Avec l'objectif de convaincre un gros diffuseur. ■