

Arte.tv, une nouvelle offre simplifiée

Internet Arte poursuit son développement numérique. Objectif ? Obtenir davantage de droits pour diffuser en Belgique.

Entretien Caroline Gourdin
Correspondante à Paris

A rte a été un des pionniers du numérique en matière de télévision, et la première chaîne en France à proposer du replay", rappelle Alain Le Diberder. Le directeur des programmes d'Arte pilote aussi depuis quatre ans le site arte.tv, qui n'a cessé de "grossir". "Nous avons fait beaucoup de développement, nous avons ajouté des plateformes, proposé des événements, comme 'Do not track' avec Radio Canada et la BR allemande. Le site, telle une structure en artichaut, était devenu complexe à gérer et très hétérogène. L'inconvénient, c'est qu'on ne pouvait pas offrir le même contenu selon les appareils, ordinateurs, smartphones, téléphones connectés...", explique-t-il.

Qu'implique votre nouvelle offre numérique ?

Nous avons remis à plat toute la base de données, soit des milliers de vidéos, en rapport avec la consommation numérique de 2017, où l'ordinateur ne représente que 50 % de l'audience. Nous avons tout reconstruit autour de huit thèmes : actu et société, cinéma, séries et fictions, culture et pop, Arte Concert, sciences, voyages et découverte, histoire. Un travail considérable qui nous permettra de faire face à la multiplication inévitable des appareils, boîtiers, etc. C'est d'autant plus important qu'Arte est la seule chaîne diffusée de plein exercice dans six pays européens, Allemagne, France, Belgique, Luxembourg, Autriche et Suisse, soit 160 millions de foyers utilisant différentes technologies. Le nouveau système est plus simple pour l'utilisateur, en respectant la règle de trois étages maximum.

Concrètement, quel est l'impact sur les programmes mis en ligne ?

Avant, les programmes disponibles sur Arte + 7 après la diffusion à l'antenne, et ceux d'Arte Concert par exemple, qui n'existent pour beaucoup qu'en version numérique, n'étaient pas accessibles au même endroit, pas comptabilisés de la même façon en termes d'audience... Nous avons tout unifié. Sur la plateforme Arte Cinéma, l'offre était dispersée. Or, nous sommes parmi les seuls à proposer des films gratuitement sur Internet, soit en replay, soit achetés spécifiquement pour le web, comme les cinq films d'Allemagne de l'Est et les dix films de Kieslowski en ligne actuellement, mais aussi, des nanars, du cinéma muet, etc. Nous mettons en ligne une trentaine de films à la fois.

Y a-t-il des innovations technologiques ?

Oui, c'est une première en Europe : tous nos program-

mes sont visibles dès cinq heures du matin et chacun peut se faire sa grille personnelle avec un super direct. Il est possible de regarder les programmes de l'antenne et d'Arte Concert, après la diffusion ou avant ! Même si nous passons des opéras ou des documentaires en prime time, les gens ont tendance à dire que les bonnes émissions passent en troisième partie de soirée, comme l'émission de géopolitique. Les internautes pourront regarder la grille dans l'ordre qu'ils veulent, à condition que nous disposions des droits Internet.

Où en est-on justement de l'accès aux droits pour la Belgique ?

Nous avons encore plusieurs niveaux de droits : France/Allemagne, Europe francophone et germanophone, tout Europe, et monde. Mais nous allons essayer progressivement de supprimer le premier niveau et d'avoir systématiquement les droits inclus pour la Belgique. Seule résistance : les films américains, dont on n'a que les droits français et allemands.

D'ici début 2018, il y aura une montée en charge progressive, pour tomber sous les 5 % de programmes non disponibles en Belgique.

Aura-t-on accès, grâce à cette plateforme, à de nouveaux contenus ?

La simplification permet, même pour nous, d'avoir une meilleure visibilité, non seulement sur les programmes qu'on met en avant, mais aussi sur les collections, les playlists, sortes de super bandes annonces sur une offre ou un thème, comme par exemple l'électro à la Française. Nombre de programmes difficiles à trouver sur l'ancienne structure, sont désormais accessibles. Pour les trois premières semaines d'existence de la plateforme, nous avons 20% de consommation en plus des vidéos de programmes enfouis. Ce qui ne concerne pas les hits comme "Je ne suis pas votre nègre" de Raoul Peck.

Vous avez aussi refondu la plateforme Arte Creative ?

Nous l'avons transformée en tranche d'Arte, en label "Creative". Cela devient une sélection de programmes sur la culture la plus récente, innovante, visant un public plus jeune, porté sur la découverte plus que sur la référence, quels que soient les genres ou les domaines.

500 000

euros

C'est le budget dédié au développement des sites et applis d'Arte. Le numérique représente 5 à 10 % du budget global.