

Avec Play, RTL doit rattraper son retard sur RTBF Auvio

La chaîne privée lance enfin son service de vidéos en ligne. Un créneau dans lequel la RTBF a pris une longueur d'avance.

JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

RTL Belgium a lancé lundi RTL Play, son application de vidéo en ligne. Accessible sur les différents supports digitaux (PC, tablette, smartphone, l'objectif étant à terme d'être également disponible sur les box des télédiffuseurs), elle donne accès en non linéaire à l'ensemble des productions propres de la chaîne privée

ainsi qu'à des séries, des téléfilms et à certains films, mais pas les gros blockbusters hollywoodiens dont les droits ne sont pas accessibles. Le

tout pendant une période de 7 à 30 jours après leur diffusion.

Un millier d'heures

Soit un millier d'heures ou 95% de l'offre des trois chaînes de RTL Belgium. Certains contenus seront visibles en «live», comme des matchs de football, les journaux télévisés, des événements maison (Télévie...). La plateforme offrira aussi à terme des contenus exclusifs, comme des séries. RTL Play propose aussi un système de «recommandation» en fonction des préférences indiquées par l'utilisateur lors de l'inscription sur la plateforme.

Près de deux ans après la RTBF et sa plateforme Auvio, RTL se lance donc enfin dans la vidéo en ligne. La

chaîne privée accuse de fait un certain retard en la matière. Et Auvio a clairement pris une longueur d'avance. L'an dernier, celle-ci attirait 100.000 visiteurs uniques par jour selon la RTBF, plus de 7,2 millions de vidéos ayant été visionnées en moyenne chaque mois.

Même s'ils s'en défendent, ce retard a longtemps été reproché aux dirigeants de RTL Belgium alors que la consommation de la télévision est de plus en plus délinéarisée. Confrontée à une baisse de sa rentabilité (qui a notamment provoqué le plan de restructuration #evolve), la chaîne privée a profité du lancement voici 18 mois de la plateforme 6Play de sa cousine française M6 pour en reprendre l'architecture et

la belgiciser. En clair, il s'agissait de développer des économies d'échelle en profitant des synergies au sein du groupe RTL, la plateforme ayant été entre-temps lancée également en Croatie et en Hongrie.

Financée par la pub

Gratuite, RTL Play sera financée par la publicité (via des écrans courts de 90 secondes maximum avec des spots non-skipables). Chez RTL, on explique que la croissance de la consommation de vidéo en ligne a permis une maturation rapide du marché publicitaire sur ce segment, offrant la possibilité de rentabiliser des investissements dans les contenus. Le break-even est attendu dans les trois ans.