

# Service public et vidéo en ligne: le Québec donne l'exemple

**SÉRIES** Alors qu'après Netflix, Apple et Disney vont envahir le monde des séries en streaming, les diffuseurs classiques restent timides. Sauf Radio-Canada, qui a sa plateforme payante, avec des privés

Face aux géants américains de la vidéo en ligne, Netflix, Amazon, bientôt Apple et Disney, les diffuseurs nationaux ont tardé à réagir. Les Anglais ont récemment annoncé une alliance nationale public-privé, entre la BBC et ITV, pour la fin de l'année. En France, le projet de plateforme Salto – France Télévisions, TF1 et M6 – est toujours en attente. En Suisse, où il n'existe quasiment pas de fiction TV en dehors des chaînes SSR, le groupe public promet un portail national pour l'année prochaine.

Comme souvent dans l'audiovisuel, il vaut la peine de regarder du côté du Québec. Le groupe public Radio-Canada y a lancé Tou.tv, son canal web qui rassemble les programmes des chaînes classiques (le «linéaire», dans le jargon), il y a déjà neuf ans. Les contenus ne sont hélas pas lisibles hors du Canada.

Depuis quatre ans, Tou.tv a sa partie premium, payante, laquelle propose des productions propres. Et depuis l'année passée, Tou.tv offre une bonne part des contenus des chaînes privées du Québec, à la notable exception de TVA, l'équivalent de TF1.

## «L'or, ce sont les abonnés»

Discussion au Forum du festival Séries Mania, à Lille, avec Dominique Chaloult, directrice de la télévision de Radio-Canada, et Christiane Asselin, pionnière du numérique au Québec, responsable de Tou.tv. La première raconte: «Il y a quatre ans, linéaire et numérique étaient séparés. Nous les avons réunis, fait nos expériences...» La seconde explique: «Nous vivons une ruée vers l'or. L'or, ce sont les abonnés. Or le Canada francophone n'est pas grand, et face à Apple et Disney qui s'en viennent, il fallait réagir. Convaincre les privés n'a pas été si difficile, ils ont compris que nous ne pouvions pas tous avoir notre propre plateforme.»

Tou.tv a ses exclusivités, comme *Fourchette* ou *Terreur 404*, comédie et suspense horrifique au format d'une dizaine de minutes. Surtout, elle accueille les séries de Radio-Canada et des privés bien avant leur diffusion classique. Depuis fin février, la série qui agite le Québec est *Le monstre*,

histoire d'une descente aux enfers de la violence conjugale d'après un livre à succès. Les six épisodes se trouvent sur Tou.tv des mois avant leur dévoilement sur Radio-Canada.

Dominique Chaloult précise: «Nous avons dû nous battre pour mettre en place un tel système, notamment avec les producteurs, qui nous accusaient de vouloir gaspiller leurs séries. Et avec tous ceux qui pensaient que nous nous cannibaliserions. Ce n'est pas le cas, nous avons augmenté nos cotes d'écoute. Mais nous ne mettons pas chaque contenu sur Tou.tv.»

## Pas de division entre générations

Est-ce une division générationnelle – aux jeunes Tou.tv, aux aînés les chaînes? «Pas complètement. Les milléniaux aiment aussi les émissions classiques, comme *La voix* (équivalent de *The Voice*, qui passe sur TVA). Et nous gardons sur le linéaire notre feuilleton dramatique quotidien, *District 31*, qui obtient 48% de cote. Il est regardé par toute la famille.» Les responsables ne donnent pas de chiffres concernant Tou.tv; Dominique Chaloult relève que Radio-Canada, dans l'ensemble, dépasse parfois TVA, «ce qui n'était pas arrivé depuis vingt ans». Il faut préciser que le triomphe de *District 31* pèse lourd dans les audiences.

Christiane Asselin renchérit: «Sur Tou.tv, les séries font le buzz, elles sont aussi regardées ensuite. C'est une stratégie comparable à celle de Netflix, qui a besoin de ses propres séries pour attirer des intéressés – mais sur l'ensemble, je ne suis pas sûre que ce soient ses meilleures écoutes... Nous développons deux stratégies, une d'abonnement, l'autre de rétention. Les séries attirent; ensuite, il faut un fonds riche, qui peut être segmenté. Et il faut jouer sur le marketing relationnel, par exemple les relances des abonnés selon leurs goûts, une pratique à laquelle les diffuseurs classiques ne sont pas habitués.»

La plateforme web finira-t-elle par mettre les chaînes à bas? Dominique Chaloult ne le pense pas. «La TV linéaire permet aussi de faire découvrir des programmes. Il faut essayer de bien placer toutes les pièces du dispositif. Mais nous avons choisi de mettre des moyens pour Tou.tv, et avons donc ponctionné dans le linéaire.» ■

NICOLAS DUFOUR, LILLE

🐦 @NicoDufour

SUR  
LE WEB

Rencontre avec  
Uma Thurman

Dans «Chambers», une série d'épouvante proposée par Netflix dès avril, l'actrice incarne une mère ravagée. Elle s'est un peu racontée au festival Séries Mania, à Lille. Lire l'article de Nicolas Dufour sur Letemps.ch