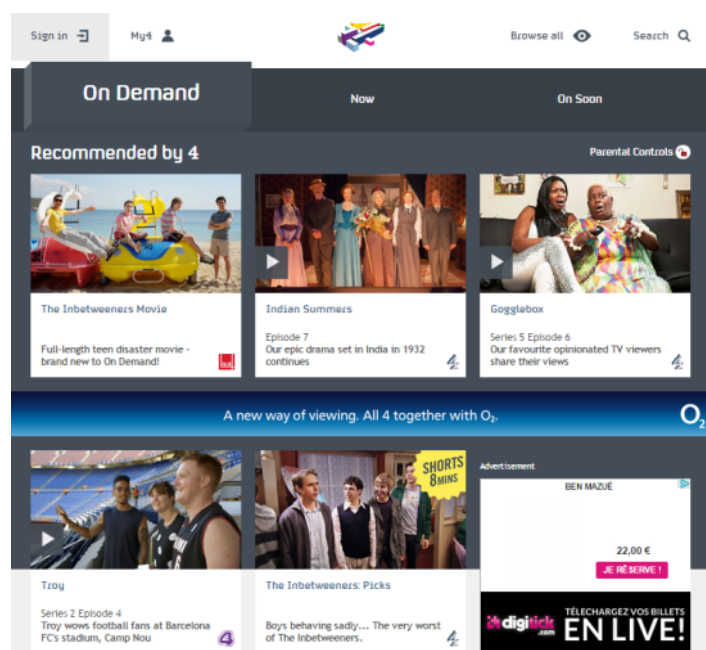


Channel 4 passe maître de la recommandation TV avec sa nouvelle plateforme VOD All 4

L'essentiel

- Channel 4 a lancé All 4 (anciennement 4oD) le 30 mars, sa nouvelle plateforme de services VOD.
- Une plateforme plus pratique, enrichie et adaptée aux nouveaux modes de consommation vidéo, qui incite à l'enregistrement gratuit des utilisateurs.
- Des données fournies par l'inscription permettant la recommandation TV pour les utilisateurs et la monétisation du site par la publicité ciblée.

La chaîne britannique Channel 4 a lancé le lundi 30 mars All 4, sa nouvelle plateforme de services VOD et de TV de rattrapage, disponible pour les utilisateurs vivant au Royaume-Uni. Rebrandée et remodelée en profondeur, elle propose sur tous les supports de nouvelles fonctionnalités, en apportant une attention particulière aux logiques de personnalisation et de recommandation TV - le principal levier de monétisation du site - grâce à la récupération des données des utilisateurs.



Face au succès public de son service VOD en Grande-Bretagne (11,5 millions de comptes créés et une utilisation du service en croissance de +28% en 2014 vs 2013), Channel 4 assoit cette position dominante sur le marché britannique avec la **refonte de 4oD, rebaptisée All 4**. Cette plateforme re-brandée accueille désormais en un seul lieu la télévision en linéaire, de même que des

services de TV de rattrapage et de VOD. La nouvelle interface, **simple et intuitive**, permet aux utilisateurs de passer d'un service vidéo à l'autre selon **3 temporalités**, le passé, le présent et le futur :

- L'onglet « **On Demand** » accueille les programmes de la chaîne en catch-up, ainsi que la « box set » (offre de séries en « binge watching »). Par ailleurs, une section propose des programmes courts originaux produits pour All 4 (sur le modèle de la BBC).
- La section centrale « **Now** » permet aux utilisateurs de regarder en live la chaîne et de s'engager autour des programmes grâce à une nouvelle interactivité. A noter que le live est désormais disponible sur mobile, ce que ne permettait pas l'ancien service.
- Enfin, « **On soon** » offre des pré-visionnages des émissions à venir (incluant des épisodes inédits de séries, avant diffusion sur la chaîne) et donne la possibilité aux utilisateurs de définir des rappels et alertes en prévision de la disponibilité de leurs contenus.

Pour atteindre cet objectif de TV personnalisée, il fallait à Channel 4 des « **datas** ». La chaîne s'est ainsi engagée dès 2010 dans un processus **de transformation du groupe audiovisuel en «Data Company** ». Le diffuseur a mis les données au cœur de sa stratégie numérique pour **recruter et fidéliser ses téléspectateurs en ligne**. Son service de rattrapage est donc devenu l'outil principal d'une **nouvelle approche plus personnalisée**. Si le service, lancé en 2006, reste accessible à tous sans authentification préalable, Channel 4 a mis en place une politique cohérente pour développer au maximum **l'enregistrement gratuit**. La **création d'un compte (My4)** permet de s'identifier à chaque visite (avec le nom, le sexe, la date de naissance et l'adresse facultative).



En échange,

l'utilisateur bénéficie de **services additionnels** : la **recommandation** est notamment réservée aux utilisateurs enregistrés. L'identification permet également de **débloquer certains contenus** issus des archives de la TV linéaire, mais aussi de nombreux bonus et formats courts exclusifs pour le site : 13 web séries ont en effet été lancées depuis l'été 2014, générant plus de 3 millions de vidéos vues.

Cette logique de personnalisation/recommandation permise par la **récupération des données utilisateurs** est le corollaire de la **monétisation du site**, avec la mise en place d'une **offre publicitaire ciblée**. Ce système vertueux, s'il se met bien en marche, représente un **idéal de modèle économique pour les acteurs TV** : proposer aux utilisateurs une offre toujours plus adaptée à leurs besoins tout en attirant les annonceurs pour se rémunérer.