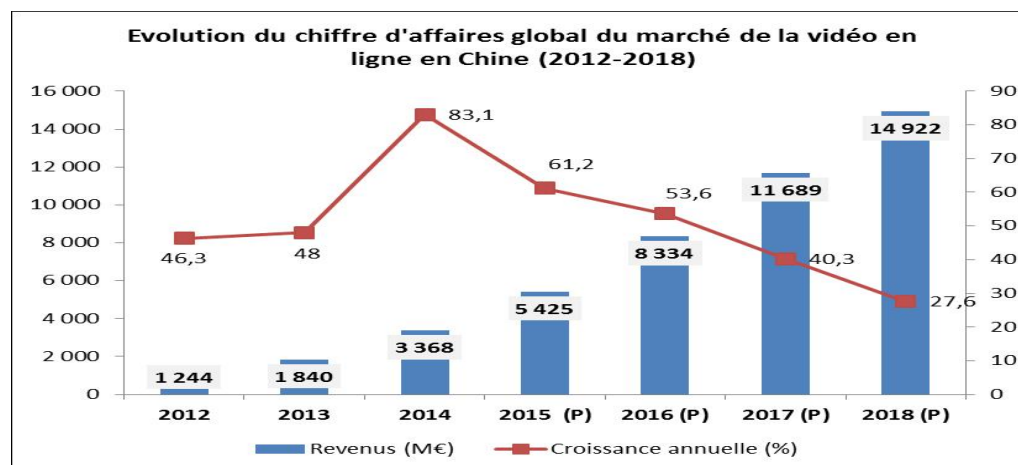


# Arte se différencie sur le numérique

À l'occasion de sa conférence de rentrée le jeudi 24 août 2017, Véronique Cayla, présidente d'Arte, a manifesté son désir de renforcer la présence de la chaîne franco-allemande sur tous les supports numériques. L'événement a ainsi permis aux dirigeants d'Arte de revenir sur la refonte de son offre digitale, déjà entamée la saison dernière et de mettre en avant ses singularités.

## Des interfaces simples et non intrusives

Le « **numérique bio** », ainsi que l'a qualifié Alain Le Diberder, fait d'Arte une chaîne qui privilégie l'expérience de l'internaute à la récolte d'informations le concernant. Contrairement à la plupart de ses concurrentes, il n'est pas nécessaire de communiquer ses coordonnées pour bénéficier de l'ensemble des contenus proposés. « Nous ne souhaitons pas accumuler de la data sur nos utilisateurs » souligne le directeur des programmes. Un choix cohérent eu égard à la ligne éditoriale d'Arte cette saison, orientée vers « l'intime et la liberté », comme l'a par ailleurs rappelé Bruno Patino, directeur éditorial.

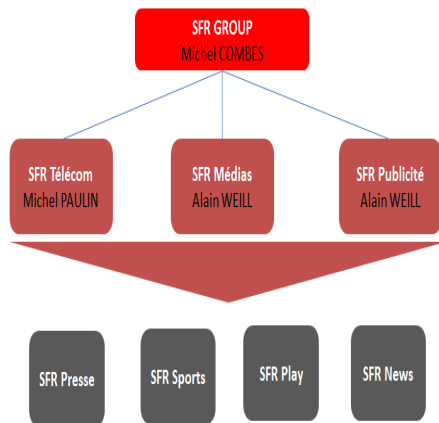


## « Rattrapage anticipé », la fierté de la chaîne

S'il fallait retenir au cours de cette conférence une notion autre que celle du « numérique bio », c'est bien celle de « **rattrapage anticipé** ». Cette expression à nouveau inventée par le directeur des programmes définit la possibilité offerte à l'internaute de pouvoir visionner les programmes de la grille en amont de leur diffusion linéaire, et ce dès 5h00 du matin le jour même[1]. Inédit en France, ce concept lancé par Arte il y a quelques mois élargit ainsi la durée de vie des contenus, d'autant plus que certains d'entre eux sont disponibles jusqu'à un mois. L'enjeu majeur réside désormais dans la narration de cette expérience, afin que l'utilisateur puisse en faire une pratique spontanée et ancrée.

## Pas de hiérarchie entre les écrans

Bruno Patino a également rappelé qu'Arte ne faisait pas de hiérarchie entre les écrans, « ils



sont tous nobles ». C'est pourquoi des contenus exclusifs à chacun d'entre eux seront proposés cette saison. Parmi eux des documentaires et de la fiction en réalité virtuelle disponibles sur la l'application Arte360, permettant aux équipés d'être en immersion l'espace de quelques minutes dans des environnements aussi divers qu'impressionnants. Trois films 360° dans les profondeurs marines seront ainsi mis en ligne fin septembre. Sur les réseaux sociaux, Arte a lancé sur Instagram au mois de juin « Été », une bande dessinée narrant les difficultés d'un couple et qui fédère aujourd'hui près de 78 000 abonnés. Par ailleurs, la chaîne franco-allemande a investi dans des programmes exclusivement en ligne. La web-série « Loulou », déclinée en onze épisodes pourra être suivie dès le 18 septembre.

[1] En dehors des journaux et des émissions d'actualité