



Nouvelle plateforme numérique

«Play Suisse invite à la curiosité»

Le service digital propose fictions et documentaires suisses doublés ou sous-titrés, et en accès gratuit. Explications du concepteur, Pierre-Adrian Irlé.



Play Suisse collabore avec la Cinémathèque suisse et divers festivals du pays. Ici, «Grauzone» de Fredi Murer. DR

Cécile Lecoultre

Play Suisse, un Netflix helvétique? Au-delà de la voie numérique, pas vraiment. Lancée sur internet il y a quelques jours, la plateforme accueille un millier de contenus émanant des 4 chaînes nationales, bientôt 3000 en vitesse de croisière. Ces fictions et documentaires s'offrent surtout traduits en doublage ou sous-titrage, triés par thèmes et genres, accessibles sur

tous types d'écrans et gratuitement. Chef du projet depuis 14 mois, Pierre-Adrian Irlé détaille la stratégie de reconquête d'un public gavé d'images.



Pierre-Adrian Irlé

né en 1984,
chef du projet
Play Suisse

Qu'amène Play Suisse?

Nous ne cherchons pas à offrir des séances de rattrapage pour ce qui

aurait été raté sur les antennes linéaires. En Europe, hormis la Belgique qui a scindé ses entités wallonne et flamande, seule la Suisse possède ce multilinguisme et nous, au contraire, nous voulons l'afficher. Bien sûr, d'autres plateformes de type Netflix brassent aussi, et à un niveau mondial, mais avec d'autres moyens et ambitions.

D'où l'absence des JT, actus sportives, etc.?



Au-delà de l'impossible, du moins périlleux, sous-titrage en direct, des canaux existent déjà pour ces domaines, et fonctionnent très bien par région. Par contre, le spectateur va peu à la découverte de documentaires et fictions d'autres zones linguistiques. Alors qu'il a payé pour ces programmes.

Play Suisse viendrait justifier la redevance, sujet chaud depuis 2018?

Il s'agit surtout de créer de l'accessibilité par la prolongation des droits, la curation du catalogue existant. Play Suisse, c'est de la curiosité, de la «découvrabilité», comme disent les Canadiens. Allez voir dans les tiroirs de la SSR, c'est aussi l'enjeu. Auparavant, une fois diffusé, tout partait dans un grand nuage alors que nous sommes assis sur des trésors. Pour le pratiquer, je trouve d'ailleurs cet outil extraordinaire, qui valorise un patrimoine entier en fonction de l'intérêt personnel du spectateur.

Un pari aussi: peu de films passent le rideau de rôsti.

Il est évident que les documentaires y échappent plus facilement. Mais désormais, je vois des séries accrocher. «Le Prix de la paix» récemment, en V.O. sous-ti-

trée, m'a passionné. Nous travaillons à équilibrer le catalogue: pas plus de 50% de programme suisse allemand, 35 à 40% de la RTS, soit le reflet de la production. Impossible de tout sous-titrer... Nous bossons à la fois sur la prospection et le «back catalogue» que nous explorons avec la Cinéma-thèque, les producteurs, etc. Ces **Pourquoi ne pas l'avoir fait plus tôt?**

Il a fallu les technologies adéquates. Je pense au sous-titrage qui, ici, s'appuie sur des traductions automatisées et autres intelligences artificielles, avant une double vérification de qualité par la voie humaine. Puis il y a la connexion même, assez exigeante au vu de la lourdeur des images. Il y a 5 ans, elle n'aurait pas été assez forte.

La plateforme Salto en France, venue en partie du service public, est payante. Autre philosophie?

Oui mais cela reste un exemple intéressant car Salto associe France Télévisions à M6 et TF1 pour proposer leurs coproductions. Les consommateurs étrangers n'y ont pas d'accès direct. Nous non plus ne pouvons pour l'heure proposer Play Suisse en France, Italie ou ailleurs, nous devrions amputer les fictions pour

cause de droits, ou alors, notre budget, 5 millions, une paille par rapport à celui de la SSR (*ndlr: 1,5 milliard*) exploserait. Pareil pour le fait que Play Suisse n'est pas en anglais. Mais en fonction de l'accueil, la philosophie du mandat évoluera peut-être.

Obéissez-vous aux algorithmes, soit profiler le consommateur pour l'aguicher?

Pas vraiment, puisque à la différence de Netflix par exemple, nous ne passons pas commande. Si les polars marchaient bien par exemple, nous ne pourrions pas en générer. Mais nous pouvons réagir sur une forte appétence. Des indicateurs de performance nous donnent le nombre d'utilisateurs, le temps passé sur le site et comment le spectateur a navigué, sur une ou plusieurs régions, etc. Nous mélangeons approche informatisée et carrousels thématiques préparés par nos équipes. En décembre par exemple, «Cellule de crise» amène à regarder dans nos paniers ce que nous avons sur la Croix-Rouge. Dans six mois, nous ferons le bilan.

Play Suisse, sur Apple Store, Google Play, Apple TV, Android TV, bientôt Blue TV et www.playsuisse.ch



Une offre traduite pour combattre le Röstigraben

Gilles Marchand, directeur général de la SSR, pourrait croire Play Suisse frappé par la poisse. Réalisée malgré des coupes budgétaires annoncées, la plateforme devait être lancée au 26e Geneva International Film Festival, annulé pour cause de Covid-19. Là-dessus, de graves accusations de dysfonctionnement interne sont venues ternir l'image de la RTS.

«C'est une période difficile à plus d'un titre, soupire-t-il, le contexte économique, l'affaire autour de Darius Rochebin, mais c'est d'autant plus stimulant aussi! Car Play Suisse nous montre à nous, service public, le cœur de notre raison d'être. Soit rassembler les communautés linguistiques.» L'idée, poursuit-il, a jailli en 2018, lors de la campagne No Billag. «De ces innombrables



Gilles Marchand
Né en 1962,
directeur
de la SRG-SSR
débat sur la redevance, j'ai retenu que les Suisses attendaient que nous montrions la diversité.

Et aussi que nous touchions les jeunes, axés sur le digital.»

D'où ce concept culturel à la carte, inscrit avec une économie de moyens évidente... après coup. «Je réutilise trente ans de programmes inédits, déjà payés! Le téléspectateur romand n'a souvent aucune idée de ce que fabriquent les autres chaînes. L'expérience, spectaculaire, redonne sa pleine légitimité à la redevance.» Le Covid-19 a boosté le terrain digital où bataillaient déjà de multiples plateformes de divertissement. Qu'il s'agisse d'Arte qui relooke ses archives en série, de la Cinémathèque française qui enfile ses perles via le streaming Henri, ou des suspects usuels, Netflix, Prime Video, Disney+ et consorts, qui aiguisent leurs créations originales. «Play Suisse peut être notre réponse dans une ère de médias fragmentés. J'ai aussi remarqué combien les gens d'ici aiment leurs histoires, leurs paysages, des données qu'Amazon et les autres n'auront jamais.»

Au-delà de l'opportunisme, Gilles Marchand se rappelle aussi en sociologue dans un deuxième volume d'entretiens menés avec

son ancien professeur Bernard Crettaz (Éd. Slatkine). «Nous nous interrogeons sur la vague, depuis 2010-2015, plus puissante que l'arrivée d'internet, des algo-

rithmes, potentiel autant que poison. Car par le biais des recommandations qu'ils forgent, les gens s'enferment dans des bulles.» Toute la logique pernicieuse du «Vous avez aimé ceci, vous aimerez cela». «C'est notre rapport à l'autre qui s'en trouve ébranlé. D'où notre réflexion: Play Suisse pourrait-il être ce bien commun qui aide une société à tenir ensemble? Je fais ce pari, je veux combattre le Röstigraben. Et les premiers retours vont au-delà de mes espoirs, nous ne sommes pas dans la curiosité polie!»

C. LE

«Des réseaux et des racines»,
Tome 2. L'archipel médiatique suisse à l'épreuve des crises, de «l'idée suisse» à «Play Suisse»
Gilles Marchand et Bernard Crettaz
Éd. Slatkine, 120 p.