

Wat.tv permet à TF1 de creuser son sillon sur le Web

Le groupe TF1 est souvent critiqué pour son retard sur le Web. Et c'est vrai que le géant de l'audiovisuel a eu du mal à prendre la mesure de ce nouveau média, avançant doucement ses pions lorsque d'autres, comme M6, mettent en place une stratégie agressive.

Pour autant, la première chaîne européenne est loin d'être inactive. Face à la baisse continue de son audience (de plus en plus concurrencé par la TNT), la filiale de Bouygues n'a pas le choix. « *C'est dans la logique de l'évolution vers un média global, qui va chercher sur des nouveau support à capter les croissance au moment où elle se fragmente* » précisait il y a peu à *La Tribune* Arnaud Bozom, directeur des nouveaux médias.

Avec 11 millions de visiteurs en juin, TF1 et son portail pointent à la septième place des sites français les plus visités. Présent sur le sport (Eurosport.fr), sur le féminin (Plurielles.fr), le groupe a augmenté sa présence dans le capital de la plate-forme [Overblog](#). Surtout, il affirme sa présence sur le web communautaire avec sa plate-forme Wat.

Et sur ce terrain, la réussite semble bien être au rendez-vous. Wat.tv revendique aujourd'hui 4,75 millions de visiteurs uniques, plus très loin de Dailymotion (7,6 millions de VU). Une montée en puissance qui s'est faite progressivement.

« *Wat a été lancé il y a deux ans avec une logique d'évolution permanente* », explique à *silicon.fr* Stéphane Beillaud, directeur marketing de Wat au sein du pôle nouveaux médias chez TF1.

« *La plate-forme a profondément évoluer. Au départ destiné aux contenus créatifs des internautes, Wat adresse aujourd'hui un public de plus en plus large. Il s'agit aujourd'hui de proposer des univers thématiques aux 15-24 ans, des univers qui proposent les contenus qui font le buzz sur la toile* ».

Dans le même temps, Wat met en avant un fort accroissement du catalogue de contenus, un meilleur référencement, une nouvelle interface et des synergies avec les autres sites de TF1, notamment tout ce qui concerne les émissions de real-TV.

De quoi venir tailler des croupières à Dailymotion ? Wat ne considère pas jouer dans la même cour. « *Nous n'avons pas la même approche, DailyMotion et YouTube sont des outils d'hébergement, Wat est un média participatif. Par ailleurs, la taille du catalogue n'est pas la même, notamment parce que nous sommes très rigoureux en termes de légalité des contenus* ». Dailymotion appréciera.

Justement, en matière de copyright, Wat s'affiche comme un élève modèle. « *Nous avons une éthique maximale, nous prenons toutes les précautions nécessaires et nous avons mis en place des outils de contrôle et d'alerte. Des contenus illicites, il y en a mais nous minimisons les risques avec un contrôle a posteriori et par un système d'empreinte en cours de déploiement. Aucun éditeur ou producteur n'a déposé une plainte contre nous. Wat ne cherche pas à être vendu donc, contrairement à certains concurrents, notre discours est clair sur cette question* », plaide le directeur marketing.

Autant d'éléments qui semblent séduire les annonceurs (la publicité est la seule source de revenus

du site). « Après une première année assez faible, nous avons en 2008 dépassé nos objectifs. Surtout, nous proposons des nouveaux formats, des opérations spéciales ou des Web séries avec certaines marques. ces nouveaux formats montent vraiment en puissance, ils représentent désormais un tiers des revenus de Wat ».

Fort de ce succès, Wat.tv pourrait à terme devenir la pierre angulaire de la stratégie Web de TF1, notamment pour la télévision de rattrapage (catch-up TV). Si certaines émissions sont rediffusées sur leurs sites respectifs, la chaîne ne disposa pas encore d'une plate-forme commune comme Canal+ ou M6. « Ca commence à arriver même s'il y a une impression de retard. En effet, notre ambition est d'ajouter ce service à Wat et nous sommes en train de migrer les contenus disponibles sur les sites du groupe et sur les sites de programmes ».