

:: La télé sur mesure ::



Benoît Johnson
Conseiller et fournisseur de
contenu pour Métrovision.

Récemment nommé par Métrovision pour revoir le contenu de la télé dans le métro de Montréal, Benoît Johnson — qui en plus de son rôle de conseiller et de fournisseur de contenu, supervise toute les opérations du réseau — croit à l'immense potentiel que représente la télé sur mesure. Le réseau qui compte des écrans surdimensionnés aux stations Berri-UQAM et McGill offre une programmation pensée en fonction des habitudes des passagers du métro. Les deux tiers des usagers du métro sont des travailleurs et des étudiants, ceux-ci empruntent le métro environ 40 fois par mois. « Pour ces raisons, nous avons décidé de présenter des segments informatifs et divertissants, qui sont renouvelés durant la journée » explique le consultant. En heures de pointe du matin et de la fin d'après-midi, le contenu est diffusé toutes les cinq minutes, ce qui représente le temps maximal d'attente des passagers sur le quai. Aux autres moments de la journée de la soirée et du week-end, la programmation est de 10 à 12 minutes.

Les caprices de la température affectent aussi les usagers du métro et Métrovision livre aussi des informations météo sur Montréal et les villes qui sont aux extrémités des trains de banlieue, le territoire qui a le plus de pertinence pour un utilisateur de transport en commun. La carte météo préparée par RDI, n'est d'ailleurs diffusée nulle part ailleurs que dans le métro !

Outre la météo, les manchettes d'actualité et le sport sont fournis par RDI, et mis à jour plusieurs fois par jour. L'information économique, également renouvelée plusieurs fois par jour, provient de l'équipe Internet du journal *Les Affaires*. Et, le journal *Voir* fournit quant à lui un agenda culturel montréalais quotidien. « Nous avons des ententes avec des partenaires crédibles en information, cela fait partie de notre vision globale sur la qualité et la diversité des contenus que nous offrons. » Les contenus présentés sur Métrovision sont diversifiés. Côté divertissement, Métrovision prépare à l'interne, une revue de presse quotidienne axée principalement sur les arts et spectacles, une capsule également mise à jour dans la journée. Sans oublier, la présentation de courts vidéo et de vidéo gags, souvent amateur, mais toujours de bon goût, comme l'explique Benoît Johnson.