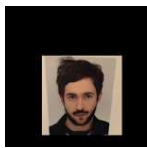


<http://www.rtl.fr/actu/futur/netflix-a-teste-un-systeme-de-trophees-pour-inciter-les-enfants-au-binge-watching-7792636332>

Netflix a testé un système de trophées pour inciter les enfants au "binge watching"

Le géant du streaming a expérimenté une nouvelle fonctionnalité auprès du jeune public pour récompenser les enfants qui visionnent des séries.

Les enfants ont passé plus de 4 heures par jour en moyenne devant un écran en France en 2017 Crédit : Pixabay



[Benjamin Hue](#)

Journaliste RTL

PUBLIÉ LE 15/03/2018 À 15:51

Netflix étudie la possibilité de "gamifier" le visionnage de vidéos pour inciter les enfants au "binge watching". La plateforme numéro un du streaming vidéo a expérimenté pendant quelques jours aux États-Unis un système de récompense auprès du jeune public, rapporte le site américain [Variety](#) dans un article publié le 9 mars.

Dans la section réservée aux programmes pour enfants, une option a permis à un certain nombre d'utilisateurs de **gagner des badges pour chaque vidéo visionnée** en entier. Les programmes concernés étaient signalés par un petit cadenas rouge à déverrouiller en les visionnant en intégralité. Il s'agissait uniquement de films et séries pour enfants. Netflix a finalement interrompu l'expérience après quelques jours seulement après avoir essuyé de nombreuses critiques.

Les utilisateurs pouvaient déverrouiller des badges en visionnant les programmes

Crédit : Variety

Un risque d'addiction

Le système essayé par Netflix est directement inspiré du jeu vidéo. Il s'agit d'**une technique de "gamification"**. L'utilisateur est invité à débloquent des récompenses

symboliques en réalisant une prestation, un défi relevé dans un jeu vidéo, le visionnage d'une vidéo dans le cas de Netflix. Les badges collectés s'affichent sur le profil de l'utilisateur pour montrer son avancement dans le jeu et récompenser son assiduité.

Pour Netflix, c'est **un moyen supplémentaire de capter l'intention de ses abonnés**, et plus particulièrement des plus jeunes, en les incitant à débloquent davantage de récompenses, avec le risque d'alimenter leur addiction aux écrans. Selon une étude réalisée par l'agence Santé publique France en 2017, [les enfants passent 4h11 par jour devant un écran](#). Une exposition susceptible de générer une addiction. En France, au moins 5% des adolescents sont accro aux écrans. Une dépendance [dénoncée par certains professionnels de la santé infantile](#).

La fonctionnalité abandonnée dans l'immédiat

La démarche a été critiquée par de nombreux internautes sur les réseaux sociaux. ["Comme si ce n'était pas assez difficile de décrocher mon fils de Netflix"](#), a ainsi commenté un père américain sur Twitter. Netflix a justifié la mise en place test auprès de Variety en ces termes : "Nous testons une nouvelle fonctionnalité auprès de certains enfants pour introduire des objets à collectionner, proposer une expérience plus interactive et plus ludique et offrir aux enfants l'occasion de discuter des programmes qu'ils aiment".

Face aux inquiétudes soulevées par l'expérience, **la société a finalement fait machine arrière le 14 mars**. "Nous avons terminé le test des badges et avons décidé de ne pas déployer cette fonctionnalité pour les enfants", a indiqué un porte-parole de la compagnie à plusieurs médias américains dont [Buzzfeed](#), tout en rappelant que Netflix menait régulièrement des expérimentations pour mieux répondre aux attentes de ses utilisateurs.

<http://variety.com/2018/digital/news/netflix-patches-1202722727/>

Netflix Is Testing Patches to Gamify Bingeing for Kids

By [Janko Roettgers](#)

@jank0

March 9, 2018

Janko Roettgers

Senior Silicon Valley Correspondent@jank0 **FOLLOW**

Janko's Most Recent Stories

- [Hulu Brings Live TV Guide, Vertical Video Player to Mobile Apps](#)
- [Roku Displayed FBI Warnings Instead of Netflix, YouTube Apps in Multi-Hour Outage](#)
- [YouTube Starts Testing Incognito Mode for Mobile Apps](#)

VIEW ALL

CREDIT: TWITTER USER @JOSWILSON

[Netflix](#) has been testing a gamified streaming experience for children with a subset of its audience over the past few weeks, letting them collect so-called patches for watching episodes of select shows. The test was first spotted by users on Twitter,

and has since been confirmed by a [Netflix](#) spokesperson, who sent *Variety* the following statement:

“We are testing a new feature on select kids titles that introduces collectible items for a more interactive experience, adding an element of fun and providing kids something to talk about and share around the titles they love. We learn by testing and this feature may or may not become part of the Netflix experience.”

Eligible shows are being marked with red locks for users who are part of the test. However, collecting patches doesn't actually unlock any additional content, and is more of a reward in itself. That seems to confuse at least some users on Twitter, who can't quite figure out what to do with their “Series of Unfortunate Events” patches.

[Kaley Belakovich](#)@KaleyBelakovich

What the heck are [#Netflix](#) patches?!

[5:44 AM - Feb 24, 2018](#)

Some Twitter users also seem to be concerned that this type of gamification could promote too much TV viewing among kids. “As if getting my son to stop watching Netflix wasn't hard enough,” [remarked one Dad](#). Not all feedback is negative, however. “Netflix patches: making me feel like a binge watching girl scout,” [tweeted another user](#).

And some tweets seem to suggest that the patches are indeed working, for better or for worse:

RELATED

[Netflix's Ted Sarandos on the Streamers' Cannes Film Festival Debut](#)

['Wild Wild Country': Ma Anand Sheela Talks New Online Support and Criticism After Netflix Docuseries](#)

[Mia](#)

[@mrsmiamac](#)

You now get badges for watching certain Netflix kids shows and yeah, it's totally working considering we've watched all 6 episodes of *Trolls* at least 3 times today.

[12:19 AM - Mar 8, 2018](#)

See Mia

's other Tweets

Netflix is known for obsessively testing potential new features, not all of which end up being part of its service. The company is also conducting thousands of interviews with users every year, and at times finds that people don't really use the service like they say or think they are.

Case in point: [During a press briefing this week, Netflix employees recalled](#) that U.S. users had told them over and over again that they would prefer to watch foreign originals with English subtitles as opposed to dubbed versions. However, when Netflix tested dubbing as the default option for a foreign show, it found that it led to more viewing than subtitled versions of the same show.

Update: 4:13pm: This post was updated with a statement from Netflix.