

En lançant son service de télévision à la demande M6 Replay, M6 Web doit à la fois rassurer les ayants-droits sur la sécurisation de la diffusion de leurs programmes sur Internet, garantir l'accessibilité au service à l'ensemble de son public et assurer la monétisation du site pour en assurer la pérennité économique. Un challenge, rendu possible grâce à l'utilisation de la technologie Adobe Flash . C'est une tendance lourde : le web devient le premier lieux d'expansion des productions vidéo et Adobe est au coeur de ce processus ! Pour en témoigner, voici un interview des responsables de M6 Replay, leader des télévisions de rattrapage en France, qui reviennent sur les raisons de leur choix de la plateforme Flash pour bâtir leur service. 4 infos à retenir de ce choix stratégique de M6 : Flash permet d'optimiser l'audience et la satisfaction client du site, La technologie de protection de contenus est parfaitement au point, Flash favorise la monétisation du site, Flash est aussi parfaitement adapté à la diffusion de directs. Enfin, après Canal+ et son Big PLayer , France Télévision avec Culture Box, TF1 vient de lancer son nouveau site TF1.fr doté d'une télévision de rattrapage ... full Flash.

Lorsque M6 Web prévoit de lancer son site internet de télévision à la demande, M6 Replay, la chaîne s'attend-elle à un tel succès ? Avec 1 million de visiteurs uniques dès le second mois d'exploitation, M6 Replay convainc, séduit, plaît... et suscite des attentes. « Le site a rencontré un succès immédiat, en franchissant très vite le cap du million de visiteurs uniques pour atteindre aujourd'hui une audience d'environ 1.7 millions de VU. Mais nous n'étions accessibles qu'aux seuls possesseurs de PC. Dès le lancement, nous nous sommes attelés à la version 2 du site avec un objectif : élargir notre audience aux utilisateurs sous Mac et Linux », confie Florent Gellie, chef de produit VOD chez M6 Web. La solution ? « Adobe Flash était utilisé pour le front office du site mais pas pour les vidéos. Nous avons décidé de l'utiliser également pour assurer la diffusion des émissions, documentaires et téléfilms de la chaîne », ajoute-t-il.

M6 Web, filiale du Groupe M6, est en charge des développements dans les nouvelles technologies. Plate-forme de convergence entre les différents supports multimédia dernière génération et la politique de programmation des chaînes du Groupe, M6 Web regroupe une cinquantaine de sites internet. Plus de 13 M\* de visiteurs uniques ont consulté les sites du Groupe M6 en décembre 2008. Le chiffre d'affaires de M6 Web atteint en 2008 est de 86.7 M€.

Assurer l'accessibilité du service à tous les publics :

M6 Replay, est un projet né fin 2006, qui avait pour vocation de diffuser sur Internet gratuitement l'intégralité des programmes de M6, avec un financement par la publicité. Les contraintes sont légions, au premier desquelles les droits de diffusion : « Nous devons respecter les ayants-droits pour pouvoir diffuser notamment les séries américaines sur Internet », se souvient Florent Gellie. « A l'époque du lancement, les studios n'acceptaient qu'une technologie capable de gérer les DRM (Digital Right Management). » Mais son choix technologique ne permet pas à M6, une chaîne qui se veut accessible à tous les publics, de

Écrit par Jean-Christophe Perney  
Mercredi, 03 Juin 2009 21:54

---

s'adresser à l'ensemble de son audience. « Nous avons les accords pour diffuser les séries notamment, mais en revanche, on nous a beaucoup reproché l'impossibilité d'accéder au service depuis un ordinateur Mac ou sous Linux. Nos utilisateurs ne comprenaient pas pourquoi certains d'entre eux ne pouvaient pas accéder à des programmes qui sont diffusés gratuitement », constate Florent Gellie. M6 doit donc trouver une technologie capable d'assurer une diffusion de ses programmes avec une qualité optimale, capable également de rendre ces programmes accessibles à tous, quelle que soit la plateforme technologique de l'utilisateur. « Seul Flash nous permettait d'élargir notre audience », estime Florent Gellie, qui rappelle que « le format est installé sur la majorité des ordinateurs personnels ». Avec un player présent sur 98% des machines, l'accessibilité des programmes est assurée à tous les utilisateurs, élargissant l'audience de la chaîne. Il reste alors à la chaîne un problème majeur à régler : assurer la sécurité des programmes diffusés sur son site, afin de convaincre les ayants-droits des séries que sont les studios Disney, Fox ou encore CBS. Ce sera chose faite grâce à Flash Media Server 3 : « l'année de lancement de M6 Replay, en 2007, Adobe lançait Flash Media Server 3, qui intègre le protocole de sécurisation RTMPE. Les studios américains ont été totalement convaincus par l'efficacité de Flash Media Server en matière de sécurité. Ils ont été sensibles également à la pérennité de la technologie en terme de développement pour les futures versions, mais aussi et surtout en terme d'intégrité des contenus : si une faille de sécurité apparaît, nous savons qu'Adobe apporte un correctif très rapidement pour garantir l'intégrité de nos contenus », explique Florent Gellie. Résultat : M6 Web obtient des studios et éditeurs américains l'accord de diffusion sur le web de leurs programmes télévisés !

Obtenir les accords des ayants droits pour la diffusion des programmes sur le Net. Martin Boronski complète l'analyse : « Le RTMPE proposé par Flash Media Server nous permet d'encrypter le flux vidéo diffusé entre le serveur vidéo, installé chez notre partenaire Limelight, et le lecteur Flash installé sur l'ordinateur de l'internaute. Ce cryptage protège le contenu d'éventuels détournements. Cerise sur le gâteau, le RTMPE n'impose pas à l'internaute le téléchargement d'une licence comme pour les DRM, rendant alors l'expérience utilisateur dissuasive : c'est l'association d'une parfaite sécurisation des contenus avec une expérience utilisateur simple et ludique », explique-t-il. Techniquement, la migration de la vidéo vers Flash s'est opérée en douceur. « La mise en place de Flash Media Server et du protocole RTMPE ne pose strictement aucune difficulté et le Flash Media Server a parfaitement tenu la montée en charge du trafic, grâce également à un CDN (Content Deliver Network) renforcé », estime Martin Boronski.

Le passage à Flash permet à la chaîne de conforter le succès du service M6 Replay. Le taux de satisfaction des utilisateurs grimpe dès le lancement de la version 2 : « nous sommes passés d'environ 70% de satisfaction à plus de 75%, une progression directement imputable au passage à Flash pour la vidéo », confie Florent Gellie. Conçu pour enrichir l'expérience de l'utilisateur au sein d'une interface conviviale, Flash contribue à renforcer la fidélisation des utilisateurs et à augmenter le temps de présence sur une page. « Nous avons également battu notre record d'audience sur le site M6 Replay un mois après le passage à Flash, avec 10 millions de streaming. En revanche, si Flash a sans doute joué un rôle en garantissant l'accessibilité des programmes, les évolutions d'audience sont aussi fortement dépendantes de la programmation de la chaîne », tempère Florent Gellie.

Écrit par Jean-Christophe Perney  
Mercredi, 03 Juin 2009 21:54

---

Associer l'interactivité du web avec la richesse éditoriale de la télévision :

A ce stade le succès pour M6 Replay aurait d'ores et déjà été total, avec une protection des contenus rassurants les ayants droits, une diffusion multi support de ces programmes, une audience élargie et un meilleur taux de satisfaction. Mais M6 Web voit plus loin et attend davantage de la technologie : la possibilité de monétiser l'audience. Le service M6 Replay s'est confortablement installé, avant que M6 Web ne décide d'aller plus loin et de préparer la version 3 du site, lancée en janvier 2009. L'objectif ? Conforter le modèle économique de M6 Replay et réaliser des économies en développement et en maintenance. « Le streaming Flash ouvre des possibilités intéressantes », estime Florent Gellie. Tout d'abord, M6 Web travaille au chapitrage des vidéos, offrant à l'utilisateur la possibilité d'aller directement à une partie de la vidéo sans avoir à chercher sur la timeline. « Certains utilisateurs veulent consommer la vidéo en intégralité et en mode plein écran. D'autres préfèrent voir un moment particulier d'une émission. Le chapitrage permet d'avancer dans la vidéo sans passer par la timeline, un peu comme un menu sur un DVD », explique-t-il. Pour Florent Gellie, c'est un exemple typique de la combinaison entre « l'interactivité et la souplesse d'Internet avec la richesse éditoriale de la télévision ». Pour M6 Web, le chapitrage permet de réaliser une économie en matière de bande passante : « en donnant la possibilité à l'utilisateur d'aller directement à la section de la vidéo qui l'intéresse plutôt que de regarder l'intégralité et de chercher sur la timeline, on réduit la consommation de la bande passante », juge Florent Gellie. Et puisque la version 3 de M6 Replay généralise le format vidéo 16/9ème, l'internaute profite de conditions de visionnage optimales. Pour créer ce chapitrage, M6 Web a développé un module interne sous Adobe Flex « très pratique et très visuelle » si l'on en croît Florent Gellie : « Les personnes se baladent sur la vidéo en définissant des marqueurs de chapitre et entrent des méta données. Le chapitrage apparaît alors automatiquement sur le front office », explique-t-il.

M6 Replay : meilleur support publicitaire sur Internet !

\*« ...M6Replay... sur 100 personnes exposées une seule fois à une campagne, 29 se souviennent du message publicitaire. C'est 2,6 fois plus que l'ensemble des formats Internet et 1,7 fois plus que les spots télévisés. ... les taux de clics sur les publicités sont 10 à 30 fois supérieurs à ceux observés sur les formats Internet classiques. »

> Industrie :

- Audiovisuel

> Enjeux :

- Elargir l'audience du site M6 Replay
- Offrir une qualité de service haut de gamme
- Garantir la sécurité des contenus et leur intégrité pour les ayants-droits
- Optimiser l'utilisation de la bande passante pour réduire les coûts d'exploitation
- Monétiser le site

> Solutions :

Écrit par Jean-Christophe Perney  
Mercredi, 03 Juin 2009 21:54

---

- S'appuyer sur la compatibilité multi plateformes du format Flash pour élargir l'audience
- S'appuyer sur le protocole RTMPE pour assurer la protection des contenus
- Introduire des chapitres dans les vidéos
- Passer au format 16/9ème et H.264 pour la vidéo
- Introduire des coupures pub en milieu de vidéo

> Bénéfices :

- Une audience élargie
- Une meilleure satisfaction client
- Une simplicité de mise en oeuvre technique répliquable sur d'autres projets
- Un modèle économique consolidé par la vente d'espaces publicitaires dans les vidéos
- Des coûts d'exploitation allégés par l'optimisation de la bande passante grâce au chapitrage des vidéos et au CDN renforcé

> utilisés :

- Adobe Flash Media Server 3
- Adobe Flex
- Adobe Flash Player 9 (ou supérieur) côté client

> Adobe Flash prêt pour le direct :

A l'occasion de la Coupe d'Europe de Football 2008, M6 Web décide de tester la technologie Flash dans les conditions du direct. Le résultat est au-dessus des espérances : 66% des utilisateurs préfèrent Flash par rapport au système traditionnel pourtant proposé en première option.

« L'Euro 2008 nous a montré que Flash pouvait parfaitement gérer les flux vidéos en direct tout en garantissant la protection des contenus. Elle nous a surtout convaincu du bénéfice pour l'utilisateur, en rendant l'expérience captivante pour lui tout en assurant une grande simplicité d'usage », confie Martin Boronski, directeur technique de M6 Web.

« Nous sommes d'autant plus satisfaits du passage à Flash que nous n'avons jamais eu de problèmes liés à la sécurité des programmes et à l'intégrité des contenus », Florent Gellie, Chef de produit VOD M6Web.

> Monétiser le site grâce aux coupures publicitaires :

Ensuite, Flash permet également à M6 Web d'introduire les coupures publicitaires. Jusque-là, les publicités étaient seulement diffusées en début de vidéos. Parfaitement adapté à la monétisation du site, Flash permet à M6 Replay de créer un environnement de diffusion valorisant : les publicités peuvent maintenant être placées en milieu de la vidéo, avec une diffusion en plein cadre et dans une interface ergonomique et esthétique. Les actions de publicité dépendent du comportement de l'utilisateur. Plus il va naviguer sur le site, plus il sera susceptible d'avoir des coupures publicitaires. Au contraire, s'il s'installe pour visionner une vidéo en intégralité sans coupure vidéo, il aura moins de publicité, toutes les 30 mn environ. « Nous avons modifié l'ergonomie du site et enlevé les formats bannières et les pavés

Écrit par Jean-Christophe Perney

Mercredi, 03 Juin 2009 21:54

---

publicitaires classiques. Désormais, l'interface privilégie la valorisation du player. Du point de vue économique, nous avons donc instauré une nouvelle façon de vendre de la publicité sur M6 Replay, en associant l'interactivité du web une fois de plus avec un modèle de commercialisation très proche de celui de la télévision », estime Florent Gellie. Le succès de M6 Replay ne se mesure donc plus en termes de pages vues, mais en termes de vidéos regardées : « Et pour les annonceurs, le succès est là puisque nous avons d'excellents taux de clics dans la durée, de 5 à 8% », assure Florent Gellie. Si bien que M6 Replay conforte aujourd'hui son modèle économique et tend vers l'équilibre financier : alors que la chaîne avait prévu un équilibre en 4 ans, celui-ci pourrait être atteint à la fin de l'année 2009, soit en deux ans à peine d'exploitation ! « Nous sommes d'autant plus satisfaits du passage à Flash que nous n'avons jamais eu de problèmes liés à la sécurité des programmes et à l'intégrité des contenus », résume Florent Gellie. « La satisfaction des utilisateurs est là, et le temps passé par chaque utilisateur sur le site augmente. Aujourd'hui nous sommes très attentifs aux évolutions technologiques du format, aussi bien pour apporter de nouvelles fonctionnalités au site M6 Replay que pour porter le service vers d'autres supports, comme les télévisions connectées ou les supports mobiles », confie-t-il.