

# Plateforme vidéo d'entreprise : quelles promesses ?

De nombreux sites diffusent la vidéo pour augmenter l'impact de leur communication. Héberger et diffuser une vidéo est indispensable et semble simple. Tout le monde le fait : les youtubeurs, le grand public, les entreprises... Mais avec quelle efficacité, quelle méthode ? Les solutions vidéo professionnelles des startups promettent monts et merveilles. Mais en détail, ces solutions tiennent-elles vraiment leurs promesses ? Pas si sûr...

## MOBILE FIRST

Le mobile est le Saint Graal du digital : selon nos observations, il représente déjà 60 % des visualisations fin 2018 et gringote peu à peu tout le marché.

D'ici 2023 la vidéo représenterait 75% du trafic mobile (étude Ericsson Mobility Report). Mais du côté des solutions vidéo d'entreprise, le résultat est souvent très incomplet. Voici donc quelques exemples des problèmes rencontrés, y compris parfois sur des grandes plateformes de télévision.

- Pas de débit vidéo adaptatif, pour pallier aux problèmes de connexion, - Pas d'affichage plein écran automatique, quand le mobile est en horizontal, - Pas d'affichage responsive pour tous les terminaux (tablettes par exemple). Au final, l'internaute se lasse et décroche, car si le mobile est le terminal de prédilection, l'utilisateur est devenu plus exigeant. A y regarder de près, peu de plateformes vidéo professionnelles sont vraiment pensées et optimisées pour les mobiles. La promesse n'est donc que rarement tenue.

## VIDEO SEO

Le référencement vidéo (VSEO) est un élément clé de la stratégie digitale. Mais souvent, la plateforme vidéo et le service vidéo streaming ne sont pas personnalisés au nom de l'entreprise diffuseur. Au final on peut toujours parler de SEO, mais le référencement vidéo n'est pas entièrement appliqué.

Certaines plateformes vidéo vont même jusqu'à utiliser un nom unique pour toutes les vidéos... Les vidéos se nomment alors « player » ou « embed ». Soyons clair, cette pratique est contraire aux exigences basiques du référencement vidéo. Nous constatons donc que beaucoup de plateformes sont habiles pour référencer leur nom de domaine et donc leur marque. Mais clairement, elles négligent de traiter correctement le référencement vidéo de leur client.

La conséquence est simple : vous passez à côté du référencement de vos vidéos, même si on vous a promis le contraire.

## CONTENUS PIRATES

Les startups sont peu bavardes sur ce sujet. On les comprend, car beaucoup n'utilisent pas les bonnes méthodes de diffusion vidéo. Essentiellement pour des raisons d'économies.

Pour vous, il semble ne pas y avoir de différence : la vidéo fonctionne. Mais vous n'êtes pas à l'abri

d'un appel du service juridique, ou d'un producteur furieux, parce que vos contenus viennent d'être détournés, sans que vous ne le sachiez. Vous n'avez sans doute pas essayé de copier une vidéo. Mais cette pratique est courante et le risque bien réel. De nombreux logiciels et plugins permettent de pirater les vidéos. Heureusement, le piratage de vos vidéos devient quasiment impossible lorsqu'on utilise une méthode de diffusion vidéo adaptée. Un flux HLS rejettera les tentatives de copie vidéo. Il a aussi pour avantage de traverser les pare-feux, et permettre de visionner des vidéos depuis l'intranet d'une entreprise. Ce dispositif est donc essentiel pour sécuriser vos contenus et permettre leur diffusion dans l'entreprise. De nombreuses plateformes vidéo professionnelles échouent sur ce point. Nous dirons que leur promesse n'est pas professionnelle.

## RGPD SI JE PEUX

Comment être conforme au RGDP avec des systèmes de gestion et d'hébergement hors Europe et des méthodes prétendues conformes ?

Bien sûr, on peut ne rien promettre dans ce cas. Plusieurs grandes plateformes vidéo professionnelles ne sont pas conformes au RGDP et ne promettent rien.

D'autres solutions professionnelles publient de nombreux articles comme « comprendre le RGPD ». Elles citent la liste de leurs prestataires sans plus de précision. Mais cela ne résout rien. Le plus étonnant est que des diffuseurs français (entreprises, institutions), emploient des solutions non conformes au RGPD (voir un de mes précédents billets, concernant le ministère des finances utilisant Youtube). En réalité, il est très simple d'appliquer des règles minimales : anonymiser les adresses IP, utiliser de serveurs de traitement des données et mails en Europe, etc... Beaucoup de startups entretiennent le flou. Soumises à de multiples contraintes techniques, financières, organisationnelles, leur promesse reste incertaine et parfois très inexacte.

## STATISQUES-TOC

Les solutions vidéo professionnelles disent toutes détenir des statistiques très détaillées... Mais au-delà de cette affirmation, d'où proviennent les données ?

- Des lecteurs vidéo ? Depuis quels sites ? Depuis quels lecteurs s'ils sont multiples ? - Des serveurs Web ? Des systèmes de cache ? Des CDN Web ? - Des serveurs de streaming ? Des CDN de streaming ? Je vois que vous commencez à comprendre. On ne vous a jamais parlé de ça !

C'est bien dommage, parce qu'au final, vous ne savez pas grand-chose sur ces statistiques que l'on vous a promis. Vous ne savez pas comment les données sont collectées, agrégées, calculées, pilotées... Côté technologie (MySQL, MongoDB, Elastic) vous aurez droit à quelques informations, qui vous permettront parfois d'apprécier du niveau du prestataire (certaines technologies étant aujourd'hui fortement dépassées).

Rarement vous aurez accès à une explication exhaustive : quelles données d'origine, avec quelles méthodes.

Au final, vous devrez faire confiance... Vous disposerez de beaux tableaux, sans savoir sur quelles sources ces données reposent, au risque de passer à côté d'informations sensibles pour votre business.

## « VIDEO ON PROMISE »

Vous l'aurez deviné, il en est de même pour l'interfaçage (API) de votre plateforme vidéo, sa sécurité, etc... Bref de tout ce qui fait sa fiabilité et sa conformité.

Vous me direz : « je ne suis pas un expert » ou bien « je n'ai pas le temps ». C'est vrai, mais vous savez désormais l'essentiel : les promesses des éditeurs engagent votre réputation et votre activité. Avec la multiplication des offres commerciales, le choix est évidemment complexe, mais en réalité, les principaux critères d'appréciation sont simples et identifiés.