



AlloCiné double son audience vidéo grâce à Adobe® Flash®

Premier site Internet français de l'information cinéma et séries TV, AlloCiné a repensé sa plateforme de diffusion de vidéos pour la bâtir sur le lecteur Flash. L'objectif ? Démultiplier le nombre de vidéos vues par les visiteurs en leur simplifiant l'accès dans le but de renforcer le positionnement d'AlloCiné comme premier fournisseur de bandes annonces sur le Web. Un pari réussi au-delà des attentes grâce au soutien d'Adobe Flash !

Il est des chiffres qui parlent d'eux-mêmes : 4,6 millions de visiteurs uniques par mois, ce qui le place parmi les 30 sites de l'hexagone les plus visités avec environ 600 000 personnes chaque jour, pour une part d'audience pour l'information sur le cinéma de 70%. Incontestablement, AlloCiné s'est imposé en l'espace de dix ans comme le média web consacré à l'entertainment le plus en vue de la sphère française : 7 personnes sur 10 qui viennent chercher de l'information sur le cinéma passent par une page du site, que ce soit pour trouver une séance pour voir un film près de chez soi, des informations filmographiques sur des acteurs ou des réalisateurs... ou consulter les bandes annonces pour se tenir informé des dernières sorties :

« AlloCiné est le plus important diffuseur en France aujourd'hui de bandes annonces cinéma. L'enjeu pour les distributeurs est capital : la bande annonce est un élément déclencheur dans la décision de voir ou non un film en salle », confirme Frédéric Krebs, directeur marketing chez AlloCiné.





«AlloCiné est le plus important diffuseur en France aujourd'hui de bandes annonces cinéma. L'enjeu pour les distributeurs est capital : la bande annonce est un élément déclencheur dans la décision de voir ou non un film en salle. Un axe fort de développement pour AlloCiné consiste à renforcer notre offre de contenus vidéo. Nous avons décidé de faire évoluer notre plateforme AlloCiné Vision et d'utiliser Adobe Flash pour la diffusion des vidéos»,
Frédéric Krebs - Directeur Marketing chez AlloCiné



Grégoire Lassalle,
Directeur Général chez AlloCiné

« Nous plafonnions à environ 9 millions de vidéos diffusées. Dès le lancement d'AlloCiné Vision 2, nous sommes passés en l'espace d'un mois à plus de 17 millions. Grâce à Flash, nous avons doublé notre audience vidéo ! »

Fort d'un tel constat, AlloCiné axe en partie son développement sur le renforcement de son offre en contenus vidéo. « Mais pour y parvenir, l'ancienne plateforme montrait ses limites techniques », ajoute Frédéric Krebs. Décision est donc prise de repenser intégralement cette plateforme pour la dynamiser.

Un impact majeur sur l'audience d'AlloCiné

Le choix d'AlloCiné s'est naturellement tourné vers Adobe Flash : « Nous avions deux exigences fondamentales », explique Samuel Rohaut, directeur technique. « Depuis toujours, AlloCiné a voulu simplifier l'accessibilité à ses vidéos. Nous faisons en sorte que le visiteur n'ait pas à télécharger d'applications sur sa machine et à lui rendre le visionnage facile. La diffusion des vidéos sur AlloCiné revêt par ailleurs une dimension quantitative, liée à l'accessibilité des 14 000 vidéos dont nous disposons, et qualitative pour que la vidéo soit affichée avec la meilleure qualité possible selon la

configuration de l'utilisateur et sans qu'il ait à mettre à jour de codecs vidéo ». Il leur fallait donc un outil capable de répondre à cette double attente : accéder très facilement aux milliers de vidéos stockées et délivrer un flux de qualité irréprochable. Avec près de 98% de taux de pénétration du Flash Player et sa maturité, « Flash est la meilleure technologie aujourd'hui pour répondre à ces deux paramètres que sont la facilité d'accès et l'amélioration de la qualité » estime Samuel Rohaut.

Au moment de migrer vers Flash, les équipes d'AlloCiné mesuraient-elles l'impact qu'aurait le player vidéo Flash sur l'audience du site ? « Auparavant, nous devions lancer les vidéos dans une fenêtre pop-up », explique Samuel Rohaut. « Nous utilisions trois formats au choix, RealPlayer®, QuickTime® ou Windows Media® Player. Aujourd'hui, toutes les vidéos sont au format Flash et le lecteur est intégré directement dans la page parmi les éléments HTML. Lorsqu'il veut regarder sa vidéo et lorsqu'il navigue sur AlloCiné, le visiteur reste dans la même fenêtre ». Une uniformisation des pages rendues possibles par Flash qui propulse le taux de diffusion des vidéos à des sommets inédits dans l'hexagone : « Nous



AlloCiné ne se contente pas de diffuser des bandes annonces, mais produit également sa propre émission. Intitulée La Minute, elle est capturée en DV, montée sous Adobe Premiere Pro et Adobe After Effects, et diffusée au format Flash.

plafonnions à environ 9 millions de vidéos diffusées. Dès le lancement d'AlloCiné Vision 2, nous sommes passés en l'espace d'un mois à plus de 17 millions. Grâce à Flash, nous avons doublé notre audience vidéo ! », s'enthousiasme Frédéric Krebs.

Etoffer le contenu interactif

Une progression qui a été aussi prompte que continue : « Notre progression est continue toute l'année : en septembre 2007 nous avons progressé de 109% par rapport à septembre 2006 », explique Frédéric Krebs. La migration vers une version AlloCiné Vision 2 se fait en deux étapes. Dans un premier temps, les équipes d'AlloCiné développent le player vidéo Flash en ActionScript™ 2. Dans un second temps, il a fallu réencoder au format Flash l'intégralité des vidéos archivées en maintenant trois niveaux de compression, chacun adapté à une vitesse de débit. L'objectif qualitatif est atteint : « Nous sommes en mesure de proposer des vidéos en qualité DVD », précise Samuel Rohaut.

Les avantages techniques d'Adobe Flash ?

La souplesse de l'outil, la facilité à trouver des profils maîtrisant les contraintes de l'ActionScript, le déploiement d'une interactivité avec les contenus jusque-là impossible. « Avant d'utiliser Flash, nous étions dans un cadre technique plus strict. La détection de la configuration utilisateur était par exemple en java script, elle fonctionnait bien mais les possibilités restaient limitées. Flash nous a permis de simplifier les fonctions existantes comme l'affichage plein écran ou la détection automatique de la configuration de l'utilisateur pour diffuser la vidéo la mieux adaptée à son débit. Il nous a aussi permis d'etoffer notre service car les possibilités d'interaction sont incomparables : à l'intérieur même du player Flash, nous avons une plus grande liberté pour déployer du contenu innovant », estime-t-il. Les bandes annonces accueillent par exemple en fin de visionnage des slides qui permettent à l'utilisateur de regarder des vidéos complémentaires : d'autres bandes annonces, un making of ou encore une interview du réalisateur ou d'un acteur.

Une chaîne de production 100% Adobe

AlloCiné ne se contente pas de diffuser les vidéos reçues des distributeurs de cinéma. Le site développe également ses propres émissions comme La Minute, tournée en DV et montée sous... Adobe Premiere Pro. « Nous avons en fait toute notre chaîne de production audiovisuelle, Internet et Print qui s'appuie sur

Carte d'identité

Créé en 1993 avec pour objectif de fournir une source pratique et rapide d'informations sur le cinéma tout en facilitant la réservation et l'accès en salle, AlloCiné lance son site Internet en 1997. Portail leader dans l'information cinéma, AlloCiné a diversifié son activité vers l'information sur les séries et étendue son offre vers d'autres supports et d'autres services : terminaux mobiles, service de vidéo à la demande, plateforme de diffusion de vidéos, bande annonce, making of, interviews vidéo ou encore podcast vidéos. Aujourd'hui, AlloCiné compte parmi les 30 sites les plus visités en France avec plus de 4,6 millions de visiteurs uniques. Fort de son succès, AlloCiné poursuit son développement à l'international avec l'ouverture du site AlloCiné en Allemagne, en Angleterre, et bientôt en Espagne et en Italie.
www.allocine.com

AlloCiné en chiffres

- Création en 1993
- Lancement du portail AlloCiné en 1997
- Lancement de la plateforme AlloCiné Vision en 2001
- Diffusion des vidéos avec le lecteur Flash Video en 2007
- 4,6 Millions de visiteurs uniques (source : Mediamétrie)
- 600 000 visites/jour
- 14 000 vidéos archivées
- 2 téraoctets de capacité de stockage avec une croissance de 50 Go/mois
- 16 à 18 millions de vidéos diffusées/mois

SOLUTIONS UTILISEES

- Adobe Creative Suite 3 Design Premium
- Adobe Creative Suite 3 Production Premium



Nous avons en fait toute notre chaîne de production audiovisuelle, Internet et Print qui s'appuie sur les solutions Adobe. Nous réceptionnons des vidéos sous de multiples formats, bêta, bêta num, HD Cam ou encore DV. Nous numérisons sous Premiere Pro les bandes annonces envoyées par les distributeurs, mais sans faire de montage.

Une fois numérisées, nous les réencodons pour les passer au format Flash à différents niveaux de compression et aussi en Mpeg 2 pour nos archives », Samuel Rohaut - Directeur Technique chez AlloCiné

« Depuis les Creative Suite, Adobe a réussi une très belle intégration des produits qui améliore notre productivité. »

les solutions Adobe », confie Samuel Rohaut. Pour la section audio et vidéo, AlloCiné se repose sur Adobe Creative Suite® 3 Production Premium : Adobe Premiere® Pro, Adobe After Effects® CS3 Professional et Adobe Photoshop® forment le socle sur lequel AlloCiné numérise et monte ses productions vidéos. « Nous réceptionnons des vidéos sous de multiples formats, bêta, bêta num, HD Cam ou encore DV. Nous numérisons sous Premiere Pro les bandes annonces envoyées par les distributeurs, mais sans faire de montage. Une fois numérisées, nous les réencodons pour les passer au format Flash à différents niveaux de compression et aussi en Mpeg 2 pour nos archives. Pour des productions internes comme La Minute, nous tournons en DV, faisons l'acquisition et le montage sous Premiere Pro et les effets spéciaux avec After Effects », explique Samuel Rohaut. Les sections Web et Print, AlloCiné éditant un magazine de cinéma, reposent sur Adobe Creative Suite 3 Design Premium, tout particulièrement Flash et Photoshop pour le

Web, Adobe Illustrator® et Adobe InDesign® pour l'édition Print. Une confiance dans les logiciels Adobe qu'AlloCiné revendique : « Nous sommes passés sous un flux Adobe essentiellement pour deux raisons », confie Samuel Rohaut. « D'une part pour leur accessibilité : on trouve assez facilement des profils maîtrisant ces compétences et les outils Adobe. D'autre part, il y a le ratio coût de production. Depuis les Creative Suite, l'intégration entre les applications a été renforcée, il existe des ponts entre Photoshop et Flash par exemple qui n'existaient pas auparavant. Adobe a réussi une très belle intégration des produits qui améliore notre productivité », confie-t-il.

Simplifier l'accessibilité de ses vidéos, les rendre plus attractives avec une interface soignée et une offre de contenu enrichie, fort de cette première réussite avec le lecteur Flash Vidéo, AlloCiné voit déjà plus loin... beaucoup plus loin.



ADOBE SYSTEMS France SAS
112 Avenue Kléber
75784 PARIS Cedex 16
www.adobe.fr

Adobe, le logo Adobe, Adobe After Effects, Premiere Pro, et Production Studio sont des marques ou des marques déposées d'Adobe Systems Incorporated aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Toutes les autres marques citées dans ce document sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.
©2007 - Adobe Systems Incorporated. Tous droits réservés. CL/DV-10/2007