



# MEDIAMEETING

PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

**1. L'existant**

**2. Les pistes**

**3. Le projet**

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## Clarification n°1

**Cette présentation est  
une base de discussion**

*Analyse subjective à mettre en  
perspective*

## Clarification n°2

**“Contenu audio” :**

- Talk-shows
- Chroniques
- Fictions audio
- Emissions musicales
- ...

*Le streaming musical est un marché  
déjà trop concurrentiel*

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## L'EXISTANT

*Disclaimer* : il se peut que des fonctions supplémentaires soient disponibles.  
L'impact de leur existence serait donc anecdotique dans l'étude ici présentée puisque peu connues.

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## 1) L'existant

### les "géants"

	Forces	Faiblesses
iTunes	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Plateforme historique / de référence</b></li><li>● Choix pléthorique</li><li>● Ergonomie correcte (mais datant un peu)</li><li>● Synchronisation avec les téléphones Apple</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Jungle de contenu</b></li><li>● Pas d'offre d'hébergement ou d'aide à la création</li><li>● Contact quasi-impossible avec Apple</li><li>● Pas de monétisation dans le Store</li></ul>
SoundCloud	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Ergonomie</b> et interactivité</li><li>● <b>Lecteur</b> de référence</li><li>● Offre d'<b>hébergement</b> simple et abordable</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Pas de monétisation en France (sur whitelist aux US)</li><li>● Peu fiable et support technique peu réactif</li><li>● <b>Menace de fermer à tout moment</b></li></ul>
YouTube	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Notoriété universelle</b></li><li>● Ergonomie et <b>interactivité</b> inégalée</li><li>● Offre d'hébergement gratuite et illimitée</li><li>● <b>Monétisation</b> possible</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Dédié à la vidéo</b></li><li>● Dérives de Content-ID</li><li>● Fonctionnement / règles parfois opaques</li><li>● <b>Non rentable</b></li></ul>

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## 1) L'existant

les "nouveaux"

	Forces	Faiblesses
Deezer	<ul style="list-style-type: none"><li>● Possède Stitcher avec une interface novatrice</li><li>● Semble axé sur la qualité plutôt que la quantité</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Mauvaise réputation</b> au sein de la communauté</li><li>● Stitcher est à destination d'un public anglophone</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>● Offre musicale</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Pas de monétisation pour les podcasteurs</li><li>● Pas d'interaction entre public et créateurs</li></ul>
Spotify	<ul style="list-style-type: none"><li>● Leader dans le streaming audio</li><li>● Bonne ergonomie (perfectible)</li><li>● Fonctions de partage exemplaires (Twitter Cards)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Sous-section sans lien avec le reste</li><li>● Offre podcast limitée en français</li><li>● Difficulté de s'y inscrire</li></ul>

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## 1) L'existant

### Résumé

**Manques dans le paysage des créations audio on-demand :**

- Facilité de découverte (offre pléthorique mais pas ou peu d'éditorial)
- Ergonomie d'écoute (la technicité barre l'accès au plus grand public)
- Cohérence entre l'offre et la plateforme (peu de pure-player)
- Système de monétisation intégré et juste (souvent aucune rémunération)
- Collaboration entre la plateforme et ses créateurs
- Communication entre les créateurs et l'audience
- Échanges entre auditeurs (fonctions sociales)

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## LES PISTES

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## 2) Les pistes

### a - Plateforme publique

- Editorial

- Aide à la découverte (Mises en avant, sélection de la semaine... )
- Sélection des meilleurs contenus (limiter l'offre visible)

- Organisation

- pages "thème" ou "channel" (exemple : page "technologie" ou page "France Inter")
- gestion des différentes qualités/formats

- Recommandation

- similarité
- radios (lecture auto de contenus similaires)
- réseau de connaissances ("X de vos amis ont écouté")
- ...

- Fonction sociale

- envoi d'épisodes entre utilisateurs
- commentaires et notation par épisode,
- partage d'écoute sur FB/Twitter (=>opengraph)
- ...

- Lecteur

- playlists
- reprise de la lecture
- synchro playlists, abonnements etc entre site et appli
- Voice Boost /vitesse de lecture variable /suppression des blancs ...
- Stats de lecture réelle (non-binaire, en pourcentage, pa exemple)

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## 2) Les pistes

### a - Plateforme publique

- Partenariats
  - mettre en avant des contenus qui rapportent :
    - de l'audience
    - directement de l'argent (pub, contenus payants)
  - aide à l'amélioration de contenus (coaching)
  - hébergement des partenaires (pour une meilleure expérience utilisateur)
  - Interface "créateurs" (accès aux stats, modification des infos...)

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## 2) Les pistes

### a - Plateforme publique

Réponse de la plateforme aux manques du marché :

- Facilité de découverte ✓
- Ergonomie d'écoute ✓
- Cohérence entre l'offre et la plateforme ✓
- Système de monétisation intégré et juste *(on y reviendra)*
- Collaboration entre la plateforme et ses créateurs ✓
- Communication entre les créateurs et l'audience ✓
- Échanges entre auditeurs (fonctions sociales) ✓

*Mais pour cela il faut du contenu...*

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## 2) Les pistes

### b - Contenu

- Intégration de contenus existants
  - podcasts indépendants
  - replays de radios
- Cohérence des médias
  - filtres automatiques (level/compression/EQ)
  - qualité des métadonnées
  - spécifications techniques claires pour entrer (niveau, qualité etc)
- Créations exclusives
  - Météo / actu locales etc de A2PRL
  - Programme de partenariat avec des créateurs (commandes de saisons)

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## 2) Les pistes

### c - Financement

- Abonnements payants
  - Déblocage de fonctions / suppression de la pub
  - Patreon/Tippee global avec répartition en fonction des écoutes
  - Contenus exclusifs (cf YouTube Red)
- Publicité ajoutée dans l'écoute
  - Ajoutée automatiquement en temps réel pour rester pertinente
  - version alternative sans pub pour les abonnés
  - Possibilité d'export RSS à destination d'iTunes avec les pubs ?
- Mises en avant
  - Contenus publi-rédactionnels
  - Contenus externes souhaitant augmenter leur visibilité (cf FB/twitter)
- Certification des écoutes (payant?)
  - système de stats indépendantes et lisibles (médiamétrie du podcast)
- Option supplémentaires pour clients actuels
  - gestion de la diffusion en podcast de son catalogue d'émissions
  - création d'une page "channel"

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## 2) Les pistes

### d - Aspect légal (à étudier)

- Externes

- statut d'hébergeur (**Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique**)
  - **Article 6 al.2 de la loi du 21 juin 2004.**  
*« [Les hébergeurs] ne peuvent pas voir leur responsabilité civile engagée (...) [s'ils] n'avaient pas effectivement connaissance de leur caractère illicite ou de faits et circonstances faisant apparaître ce caractère ou si, dès le moment où [ils] en ont eu cette connaissance, [ils] ont agi promptement pour retirer ces données ou en rendre l'accès impossible. »*  
*« s'applique au prestataire d'un service de référencement sur Internet lorsque ce prestataire n'a pas joué un rôle actif de nature à lui confier une connaissance ou un contrôle des données stockées. »*
- Signature d'un contrat à l'entrée dans le catalogue pour nous couvrir

- Productions & partenaires

- Nous/Les protéger avec une licence auprès de la sacem ?
- Vérification manuelle des productions ?
- Signature d'un contrat ?

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## LE PROJET

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## 3) Le projet

### Mises en garde

- La communauté indépendante est hyper-sensible
  - expliquer le concept et sa justesse
  - être ouvert aux critiques et inquiétudes
- “Podcast.fr” n’est peut-être pas le meilleur nom pour la plateforme
  - Prononciation difficile chez le grand public (“postcast”)
  - YouTube ou Spotify ne s’appellent pas “Streaming”
  - Netflix ne s’appelle pas “Movie rent”

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## 3) Le projet

### Esprit général

- S'inscrire dans une amélioration de l'offre à la fois pour :
  - le public
  - les producteurs
  - les annonceurs
- S'affranchir des spécificités du podcast, mais capitaliser sur son existence :
  - Habitudes/Demande de contenus audios à la demande de la part du public
  - Communauté indépendante
    - Riche en concepts
    - Sans but à atteindre (pour l'instant)
    - En besoin de partenaire respectueux

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

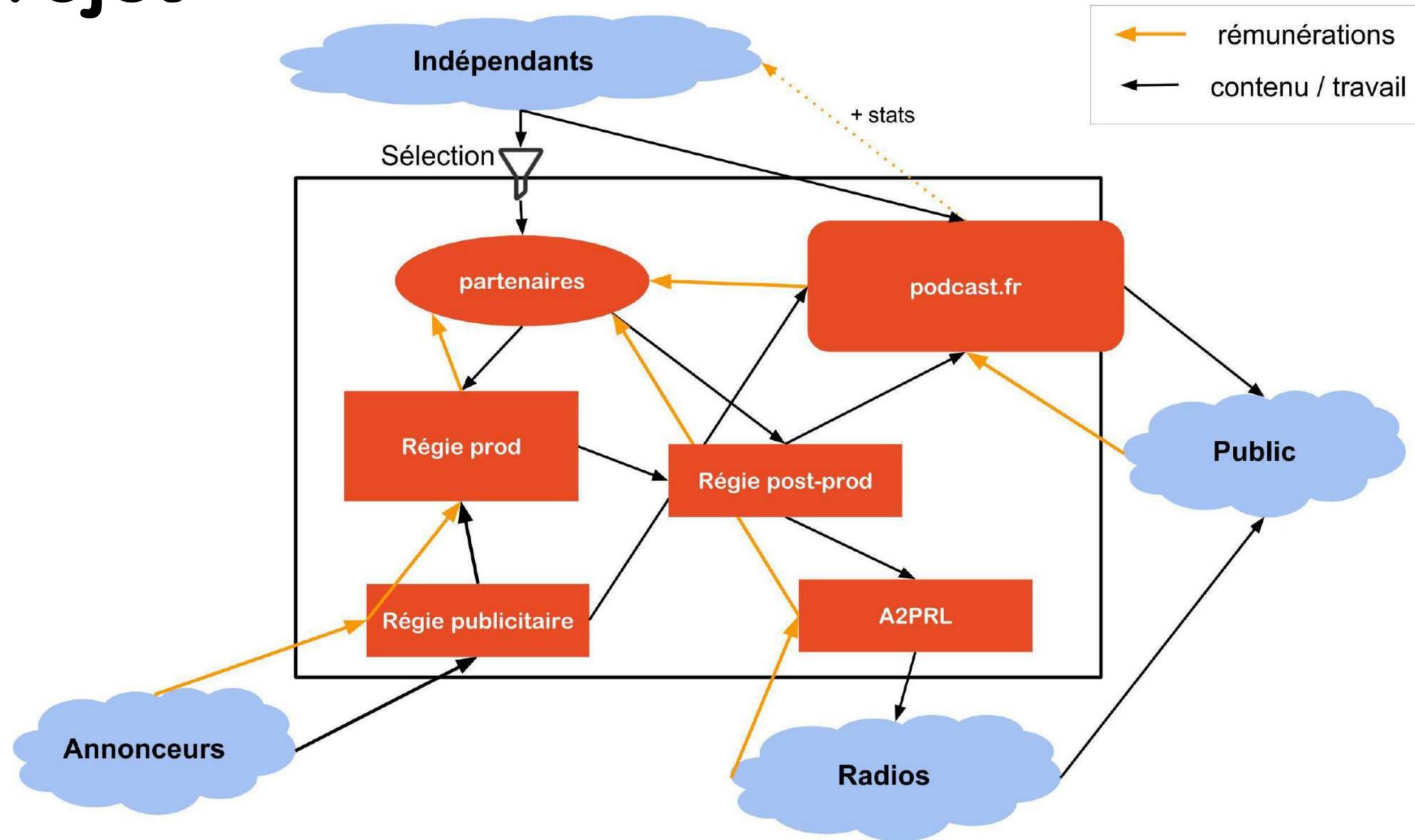
## 3) Le projet

### Écueils à éviter

- Être un *énième* catalogue ne suffira pas
  - se focaliser sur la qualité ( viser Netflix plutôt que YouTube ?)
  - s'affranchir (si possible/besoin) du format émission & épisode ?
- Utiliser le podcast en l'état est irréaliste
  - RSS incontrôlable
  - Abonnement complexe pour l'utilisateur
- Contenus à sélectionner
  - Exemple : >1h à proscrire (dans un premier temps)
    - Limite le nombre d'écoutes par utilisateur
    - Travail important pour atteindre une qualité correcte

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## 3) Le projet



Vision

Médiameeting au centre d'une symbiose

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## 3) Le projet

### Vision

#### Une interface simplifiée à l'extrême

- Des journaux audio (Actualité et Météo)
  - mis à jour plusieurs fois par jour
  - dépendants de la position GPS
- Une “timeline” / Liste de lecture
  - Basée sur les centres d'intérêts
  - Dynamique : améliorée à chaque
    - écoute
    - favori
    - suppression



Maquette de principe

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## 3) Le projet

### Prévoir l'avenir

- Prendre en compte la commande vocale dès la conception
  - Nom/Marque facile à retenir, mais surtout à prononcer
  - Ergonomie à prévoir pour une consultation 100% à la voix
  - Bonus :
    - Plateforme accessible aux malvoyants
    - Compagnon idéal au volant (en mode Carplay ou Android Auto)
- Prévoir une architecture flexible
  - Modules indépendants à répartir en fonction de la charge
  - système d'API :
    - Implémentation sur de multiples plateformes
    - ajout de fonctions futures

# PROPOSITION DE STRATÉGIE AUDIO ON-DEMAND

## 3) Le projet

### Contribution

#### Concepteur

- Analyse de l'offre, des tendances et des besoins
- Co-conception d'un système cohérent et ergonomique
- Gestion/co-réalisation de la mise en place de la solution

#### Ambassadeur

- Connaissance de la communauté indépendante
- Gage de probité auprès de cette communauté
- Passerelle apportant concepts, contenus et talents.

