

# Le groupe Videlio se réinvente face à la crise

**Via ses différentes entités,** le groupe Videlio apporte des réponses à ses clients en temps de crise notamment sur les secteurs de l'événementiel, du corporate ou du broadcast. La vidéo est le dénominateur commun, le trait d'union qui favorise ce lien, cette communication. Entretien avec David Fontaine, CEO de Videlio-Cap'Ciné.

Par Stephan Faudeux

## Mediakwest : Comment avez-vous vécu le premier confinement ?

**David Fontaine :** L'ensemble du groupe a été comme tout le monde surpris par la rapidité de ce confinement.

Je commencerais par évoquer Videlio-Cap'Ciné dont l'offre est finalement assez holistique. Videlio-Cap'Ciné a tout de suite été sollicité par ses clients traditionnels pour faire de la postproduction à distance.

En matière de postproduction, durant le confinement, les demandes furent extrêmement diverses. Les premiers clients nous ont très rapidement demandé quels étaient les matériels disponibles en location. Leur objectif était d'enfermer et confiner monteurs et artistes avec du matériel de manière à opérer ensuite du transfert de médias sans utiliser un réseau informatique. C'est ce qu'on appelle le « skeanernet » par coursier. Ils acheminaient ainsi leurs médias, sans jamais arrêter leur postproduction mais cette postproduction isolée n'est plus le standard des programmes de flux et de télé-réalité qui ont l'habitude de travailler au même endroit, dans un monde collaboratif, chez tous nos clients et amis postproducteurs.

Une autre série de clients était en pleine postproduction. Leur demande portait sur comment piloter leurs machines à distance. Une requête qui nous a amenés à peaufiner des solutions que nous n'avions pas eu trop le temps de tester grandeur nature. Nous avons transformé des parcs entiers de matériels chez nos clients pour les migrer de Mac à PC et leur permettre, via des applis gratuites comme HP Z Central Remote Boost, de remplacer des Media Composer présents dans leur nodal en Mac, par des Media Composer PC. Grâce à la HP Z Remote, les monteurs ont pu prendre la main sur leurs stations à distance, poursuivre leurs projets. L'intérêt de la configuration hybride Mac/PC d'Avid, c'est que tout suit !

Nous avons aussi eu la possibilité de conseiller quelques clients sur des choses un peu plus compliquées à mettre en œuvre. L'un de nos clients, l'INA, a choisi Edit On Demand proposé par Avid. Cette



© Adrien Dussie

solution propose de créer un environnement de postproduction complet dans le cloud. Les monteurs peuvent se connecter sur des Media Composer virtualisés et faire leur montage, tout est question de bande passante.

Pour les autres activités du groupe, la réactivité pour se réinventer a aussi été le maître-mot puisque, dès la première phase de confinement Videlio s'est mis en ordre de marche pour pouvoir rebondir vite et fort. La mise en place de process spécifiques pour répondre aux

conditions sanitaires, mais aussi permettre de poursuivre ses déploiements en cours, a contraint Videlio d'adapter l'offre de certaines de ses activités pour accompagner ses clients tout en faisant face à de nouveaux enjeux. Pour Videlio-IEC, qui opère sur le marché corporate, nous avons dû créer une offre répondant à l'évolution accélérée des méthodologies de travail et à la nécessité d'adapter les espaces de travail pour les collaborateurs devenus flexworkers. Ainsi, nous avons créé les Collab'packs by Videlio. Ce sont des solutions packagées répondant aux besoins récurrents des utilisateurs en entreprises selon cinq typologies de salles différentes. Celles-ci offrent des expériences de collaboration distinctes, comme le partage de document, la visioconférence ou le brainstorming, mais aussi la création d'une application de configuration permettant aux utilisateurs de trouver les solutions adéquates en fonction de leurs besoins de collaboration. Ces solutions packagées permettent un déploiement simple et rapide pour répondre aux besoins des entreprises, de réadapter leurs espaces de travail et permettre à leurs collaborateurs de coopérer de manière homogène qu'ils soient sur site ou à distance. En ce qui concerne Videlio-Events, nous avons reçu énormément de demandes d'entreprises pour trouver des moyens de communiquer à l'extérieur. Ainsi nous avons créé une offre « phygital » et « digitale » grâce à une plateforme de streaming interne et l'installation de deux studios virtuels dans nos locaux de Gennevilliers pour permettre à nos clients Agences Événementielles de pouvoir réinventer leurs formats d'événements. Pour créer



Le studio virtuel est un outil qui permet de recréer du lien notamment pour le secteur de la communication corporate, privée pour le moment d'événementiel.

des temps forts 100 % à distance, une partie peut être captée dans des studios ou être captée via des outils de collaboration type Teams ou Klood (une solution maison 100 % française) pour une diffusion en live grâce à des solutions tels que Telestream dont Videlio est l'un des premiers partenaires en Europe.

La nouveauté chez Videlio a été de pouvoir proposer un studio en réalité augmentée avec enregistrement sur fond vert grâce à un partenariat avec Zéro Density et l'intégration d'experts spécialisés dans le domaine.

Enfin, pour permettre à d'autres acteurs de servir des prestations digitales, Videlio a créé le site La-Lok pour assurer de la location comptoir et mettre à disposition du marché son parc de matériel vidéo le plus conséquent du marché français.

## Les clients broadcast ont-ils également fait appel à vos packs visio ?

Pas vraiment. Aujourd'hui, le groupe Videlio se positionne sur le marché par des activités de spécialistes et vers des spécialistes. Les clients du broadcast ne viennent pas encore chercher Videlio-Cap'Ciné pour de la visioconférence, tout comme les clients de Videlio-Events ne font pas appel aux commerciaux pour de la postproduction assez pointue. Nous avons encore tout un travail de communication à accomplir pour essayer de faire communiquer le groupe de façon transversale.

## De manière globale, estimez-vous que vos clients étaient préparés aux changements survenus ? Sont-ils aujourd'hui mieux armés pour faire face aux évolutions ?

Nombre d'entreprises ont été très réactives pour adapter leurs manières de communiquer. Nous ne sommes jamais vraiment très bien préparés à ce genre de situation, mais c'est le rôle d'entreprises comme Videlio que d'accompagner les organisations dans ces évolutions grâce à des offres adaptées.

Nous avons pu faire tester à quelques clients la plateforme collaborative Heraw dont Videlio est le revendeur exclusif en France. Cette solution permet à tout un groupe de partager en toute sécurité et au même endroit les rushes, les montages en cours, le planning de postproduction via une interface web. Heraw, associé au moteur de workflow et transcoding Vantage, est

un vrai portail d'accès à distance à une postproduction dont on sait que les médias sont très volumineux et doivent rester confidentiels. Le confinement nous a permis de convaincre plusieurs de nos clients d'adopter ces nouveaux dispositifs.

Les entreprises ont très vite réagi. Les clients broadcast ont été les premiers à se rendre compte que la mise en place de remote est finalement assez compliquée quand rien n'est prévu en amont. Elle est d'autant plus longue à mettre en place du fait qu'on ne peut pas toucher ou très difficilement les machines. Nous nous sommes heurtés, dans le cadre de la remote postprod et des solutions de connexion à distance, à énormément de complexités et de paramétrages de sécurité imposés par les sociétés pour l'accès à leur réseau.

Pendant tout le déconfinement et jusqu'à la rentrée, les broadcasters ont énormément travaillé sur ces scénarii de remote. Nous avons été davantage sollicités sur toutes ces solutions. Nous avons assisté à l'émergence de produits qui « fonctionnent un peu tout seuls », à l'instar de moteurs de workflow comme Vantage de Telestream, sur-sollicités pendant le confinement. Cet assistant a un cerveau qui fonctionne et peut prendre des décisions tout seul.

Il peut également être virtualisé, être pris en main complètement à distance. Chez France Télévisions, des professionnels, qui n'accédaient plus à leurs locaux, ont ainsi pu continuer de jouer avec les folders intelligents de leur Vantage, « ingester », transcoder et distribuer des fichiers sans être physiquement présents près de leurs stations métiers ou dans leurs locaux.

On voit que toutes ces mécaniques de moteurs de workflow sont vraiment dans l'air du temps, dans les réflexions technologiques. Nous avons la chance de travailler pour beaucoup de laboratoires spécialistes de la localisation de programmes qui, du coup, ont été très sollicités par la mise en finition de postproductions de séries (sous-titrage, doublages) lesquelles ont certainement remplacé quelques grilles de programmes. Ce corps de métier a été particulièrement actif lors du premier confinement.

Dans le monde du corporate, nombre d'utilisateurs se sont tournés vers des solutions de type Zoom dont personne n'avait jamais entendu parler avant le confinement alors même qu'il existe dans le panel des solutions utilisées toute l'année, des systèmes de visioconférence beaucoup plus sécurisés, comme Klood du groupe Videlio et 100 % made in France.

## Quelles seraient les principales modifications quelque peu durables visibles sur le marché ? Qu'aura-t-on appris avec la crise sanitaire ?

L'agilité. Le marché apprend à s'adapter mais surtout à diversifier ses habitudes. Dorénavant, les collaborateurs travaillent sur site et ou à distance : le télétravail s'est démocratisé. L'événementiel avec le développement du digital augmente sa portée grâce à des formats qui permettent de faire rayonner avant, pendant

et après l'événement et auprès d'un public plus large. Côté postproduction, je ne connais pas un client qui n'ait pas été impacté. Mais tous ont maintenant un plan B et la façon de le mettre en place. On le voit avec ce deuxième confinement. Ce n'est pas encore d'usage parce que toutes nos entreprises qui évoluent dans les médias continuent pour le moment d'aller travailler. Aujourd'hui, elles ne semblent pas empêchées dans leur production, mais... Les sociétés savent comment réagir, contourner, soit par la location, soit par un accès à distance de leurs locaux, soit par un scénario qui fonctionne parfaitement : l'Avid Edit On Demand. Elles savent qu'elles disposent de cet éventail d'au moins trois solutions possibles.

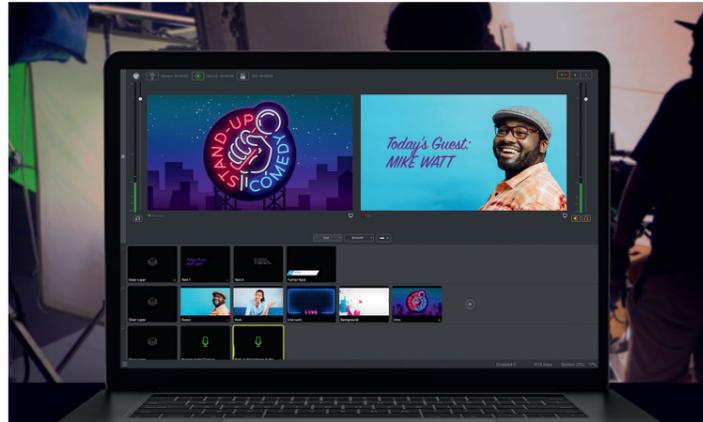
Les studios virtuels sont une opportunité pour l'événementiel corporate de créer de nouveaux formats, tout en gardant un côté créatif et immersif si caractéristique des événements. À l'instant T, ces studios offrent une réelle alternative aux événements physiques grâce à des événements phytiques préenregistrés ou diffusés en direct à des milliers de spectateurs grâce à des outils comme Creacast ou Wirecast.

Un grand nombre d'événements se sont réinventés grâce à ces formats. Prenons l'exemple récent d'un événement que nous avons réalisé pour la Commission européenne : nous avons tourné en amont de l'événement des sujets sur fond vert permettant de créer du contenu sur l'événement. Ensuite lors de l'événement, des conférences étaient tournées à Bruxelles, diffusées en direct et disponibles sur un site dédié sur lequel les internautes pouvaient retrouver les éléments déjà enregistrés en amont et en studio. Cela ne remplacera jamais les événements physiques, mais ces nouveaux formats très intéressants ne disparaîtront pas pour autant lorsque nous pourrons de nouveau nous réunir physiquement.

#### **Le retour d'un service audiovisuel intégré ?**

Le plateau polyvalent, agile, le plateau qui permet d'enregistrer les vœux du président, un message de communication interne de RH, de faire de la formation, d'utiliser plusieurs décors de communication d'entreprise dans un espace réduit. Là, nous sommes à fond dans le plateau virtuel. Et surtout un plateau communicant qui permet d'avoir une diffusion via le web : soit sur un réseau d'entreprises, soit sur des plates-formes ou des réseaux sociaux.

Notre filiale Videlio-Media a une grande expérience dans l'intégration de plateaux de tournage clés en mains et à destination des entreprises.



#### **Vous aimeriez dire un mot sur Wirecast de Telestream ?**

Wirecast nous a sauvé à deux ou trois reprises, notamment chez des clients broadcasters qui ont voulu tester Wirecast à des fins de communication interne ou sur des sujets n'ayant rien à voir avec leur métier de diffuseur de télévision. L'outil est vraiment puissant pouvant être aussi bien utilisé en version logicielle pour un petit webcasting que pour une formule un peu plus trapue, un petit plateau d'entreprise multicam avec des vraies capacités de mélanges intégrés de sous-titrage, de logotage et de webcasting en même temps, le tout pour un coût assez réduit. Ce produit au catalogue de Telestream n'était pas forcément dans notre core business. Nous avons envisagé de nous en occuper après Vantage. Finalement, l'accélération s'est faite pendant le confinement. Je ne sais pas si vous avez lu les anecdotes marketing autour de Wirecast, mais un des premiers plus grands confinés de ce monde, le Premier ministre britannique Boris Johnson, a participé à la publicité de Telestream Wirecast. Le responsable audiovisuel du « 10 Downing Street » a écrit une story qui racontait comment le Premier ministre britannique a continué toute sa communication audiovisuelle grâce à son système Wirecast installé dans son bureau. Un super coup de projecteur sur le produit !

#### **Ma dernière question portera sur les synergies entre les différentes entités du groupe. Quels sont les points forts de chacune de ces entités, comment peuvent-elles se compléter, se réunir ?**

Videlio a aujourd'hui, grâce à ses différentes activités, la capacité d'accompagner les projets d'un client de A à Z et ce sur tous ses sujets audiovisuels, de la création du contenu jusqu'à sa diffusion.

Pour illustrer cela, nous avons créé une campagne de communication dont le thème est « le contenu vidéo pour garder le lien » pour démontrer la capacité de Videlio d'accompagner ses clients sur l'ensemble de leurs problématiques liées à la création de contenu vidéo. La vidéo permet de réinventer des formes de communications nouvelles. ■

Le streaming est le grand gagnant de cette crise sanitaire, avec notamment des solutions comme Wirecast de Telestream.