

# Business

## COLUMN



**PIERRE MERCIER,**  
managing director  
COMPUTER PROFILE  
[pierre@computerprofile.be](mailto:pierre@computerprofile.be)

**BRUNO VAN MARSENILLE,**  
managing director  
SIZE COMMUNICATION  
[bruno@sizecom.be](mailto:bruno@sizecom.be)

## Le retour de la télévision interactive

**M**ême si la notion de *rich media* n'est pas très récente – environ cinq ans – nous assistons aujourd'hui à un réel regain de l'utilisation interactive de la vidéo au niveau de l'Internet. Pour les non-initiés, rappelons que le rich media est une technologie qui permet de synchroniser sur un même écran de la vidéo, du texte, des *slides* de type Powerpoint et divers autres médias tout en autorisant l'interaction entre l'émetteur et le destinataire.

De plus en plus de sociétés évoluant dans le monde du Web proposent aujourd'hui des solutions plus puissantes que du texte ou du Gif animé. Même si tout cela n'est pas encore toujours compatible avec tous les 'systèmes' des utilisateurs de la grande Toile, force est de constater qu'il est plus attrayant d'entendre et de regarder une vidéo que de lire un simple texte.

Le problème a pendant longtemps été lié d'une part au manque de débit du média et, d'autre part, à la réalisation de la vidéo car qui dit tournage, dit gros budget de réalisation. Ce dernier argument étant souvent un frein pour l'entreprise qui n'a pas les moyens de se payer ce média d'excellence. Les choses changent. A l'heure de la télévision sur le Web, les tarifs se démocratisent et deviennent accessibles à tous pour autant que l'on ne s'envole pas dans des idées de production hollywoodienne.

En termes de *business-to-business*, le format vidéocast s'est longtemps limité à l'*e-learning* pour de la formation en ligne. Actuellement, il devient un outil de communication très performant. La TV d'entreprise fait son entrée via l'Internet. Imaginez la présentation de vos chiffres à tous vos actionnaires, dans le monde entier au même moment via vidéocast... Chacun pouvant choisir de suivre la totalité de votre présentation, de se reporter directement à la partie qui l'intéresse, de ne visionner que la vidéo ou de suivre principalement votre

présentation PowerPoint. Imaginez la réalisation de vos séminaires où il est si difficile d'attirer les foules. Les personnes qui n'ont pu y assister pourront y avoir accès quand elles le désirent et ne regarder que ce qui les intéresse. Elles pourront vous poser des questions en ligne et établir de ce fait une relation commerciale. Ou encore la présentation de votre nouveau produit au niveau européen sans que votre réseau de distribution ne vienne physiquement à vous. Le gain de temps et d'argent est phénoménal et l'impact à moyen terme garanti. Tout cela sans oublier tous les outils de mesure qu'offre l'Internet. Car c'est encore l'un des rares médias qui fournit un résultat direct et qui permet d'identifier – moyennant quelques bons conseils de professionnels – les prospects, la fréquentation et donc l'intérêt de renouveler ou pas ce type d'action. De manière plus occasionnelle, nous assistons même à l'arrivée de courriels vidéo dans notre boîte de messagerie. Ces derniers vous renvoient vers des sites où la vidéo et Flash réalisent des mélanges des plus percutants en y associant toutes les techniques promotionnelles qui n'ont plus à faire leurs preuves. Aux Etats-Unis, certaines entreprises de communications interactives proposent des bandeaux publicitaires animés par de la vidéo. Les analyses montrent que l'impact de tels outils est décuplé par rapport au même bandeau d'animation classique.

La part du rich media au sein de la publicité en ligne dépasse aujourd'hui les 30% en France et avoisine les 25% en Angleterre et en Allemagne. Et avec le développement du haut débit au niveau européen, l'histoire n'est pas prête de s'arrêter là. Bientôt, vous ne vous arracherez plus les cheveux avec vos modes d'emploi sur papier pour brancher vos appareils électroménagers, vous pourrez en visionner le montage via le rich media. Les applications sont légion, la révolution est en marche, accrochez vous! ■

“A l'heure de la télévision sur le Web, les tarifs se démocratisent et deviennent accessibles à tous.”