

Au67 – CR Audition VOD Factory

28/04/26 à 14h30

Personnes auditionnées : Julien Vin-Ramarony (président-fondateur de VOD Factory) et Julien Pesenti (Responsable du développement commercial)

Présents : Jocelyn Monchamp (Ministère de la Culture, DGMIC, SLL), Pierre Mariotti (CNC), Emmanuelle Suné (Bpi), Alexis David (IB), Joseph Minster (IB)

1. Contexte de l'audition

VOD Factory a été retenue dans le cadre du projet national en raison de son positionnement singulier dans l'écosystème de la vidéo à la demande : la société n'est pas un agrégateur de contenus ou une plateforme spécialisée pour bibliothèques, mais un prestataire technologique B2B qui fournit l'infrastructure permettant à des éditeurs tiers de déployer leur propre service de streaming. Cette position d'équipementier ouvre des possibilités de configuration et de personnalisation qui méritent d'être examinées au regard des besoins des médiathèques, notamment pour les chantiers 2 (offre audiovisuelle) et 3.1 (curation et éditorialisation).

L'audition a réuni deux représentants de VOD Factory — son président-fondateur et son responsable commercial — ainsi que des membres du projet national représentant Images en bibliothèques, la Bpi, le CNC et le ministère de la Culture. Elle s'est déroulée sous forme d'entretien semi-directif, complété d'une démonstration en direct de l'interface back-office de la plateforme Otto.

2. Présentation de VOD Factory

VOD Factory est une société fondée en 2013, basée à Paris et forte de 35 collaborateurs. Son activité s'articule autour de deux pôles complémentaires : l'édition de services de streaming à destination du grand public, et la fourniture de solutions technologiques vidéo à destination des entreprises.

Une trajectoire en deux temps

Dans une première phase (2013–2018), VOD Factory a opéré pour le compte d'opérateurs télécom des boutiques de VOD transactionnelle — location ou achat de contenus à l'acte, pour des durées limitées de 48 heures. Cette activité impliquait des acquisitions de droits auprès de studios français et américains, et a permis à la société de développer une expertise technique dans le traitement des flux vidéo et la gestion des droits numériques.

À partir de 2018–2019, la société s'est repositionnée sur un modèle entièrement différent : elle a abandonné la TVOD pour les opérateurs pour se consacrer à deux grandes familles d'activité — l'édition de services de streaming thématiques par abonnement, et la commercialisation de solutions technologiques pour des entreprises souhaitant déployer leur propre plateforme vidéo. Ce pivot stratégique est important à comprendre : VOD Factory n'est plus aujourd'hui dans la logique de vente de contenus, mais dans celle de la vente d'infrastructure.

Quatre plateformes éditoriales à destination du grand public

VOD Factory gère aujourd'hui quatre services de streaming à ligne éditoriale marquée, fonctionnant sur sa propre infrastructure technologique, qui illustrent chacun la même philosophie : s'adresser à des communautés engagées et spécifiques, peu ou mal servies par les médias généralistes.

- *Shadows*, lancée en mars 2020, est déployée dans six à sept pays européens (France, Belgique, Espagne, Suède, Finlande, Pologne, avec deux nouveaux marchés scandinaves attendu fin 2026). Centrée sur les films de genre — horreur, thriller, fantastique —, elle se décline en SVOD par abonnement et en chaîne linéaire gratuite (chaîne « fast ») distribuée auprès des opérateurs télécom.
- *Society+*, développée en partenariat avec le groupe Sopress, propose des documentaires à ligne éditoriale progressiste et engagée sur les enjeux sociaux, avec une variante *So Foot* récemment lancée autour du documentaire footballistique.
- *QueerScreen* est dédié aux séries et fictions à thématique LGBT.
- *Zone 300*, enfin, est un service de documentaires et reportages destiné aux chasseurs et pêcheurs.

Ces quatre plateformes ont en commun d'associer un abonnement streaming et une chaîne linéaire gratuite distribuée chez les téléconnectés. Ce modèle hybride, qui combine des revenus d'abonnement et de la distribution gratuite financée par la publicité, constitue une spécificité de VOD Factory dans le paysage des opérateurs indépendants.

Une activité B2B : solutions technologiques pour éditeurs tiers

En parallèle de ses plateformes propres, VOD Factory commercialise une solution clé en main — baptisée *Auto* — permettant à des entreprises tierces de déployer leur propre service de streaming sur l'ensemble des écrans (web, mobile, tablette, box TV, smart TV). Parmi les clients les plus notables figurent *Madeleine de Lina* et *Benshi* (cinéma pour enfants). Des projets comme *Brut X* ou *MK2 VOD* ont également été construits sur cette infrastructure. La société compte aujourd'hui une quarantaine à une cinquantaine de plateformes actives sur sa technologie.

En complément, VOD Factory développe des produits d'automatisation du traitement vidéo (transcodage, sous-titrage automatique, transcription, insertion publicitaire) permettant de traiter des volumes importants à coût réduit, via des briques d'intelligence artificielle. Ces outils visent principalement les chaînes de télévision et les opérateurs télécom, et constituent un axe de développement croissant.

3. Relations avec l'écosystème des médiathèques

Un modèle B2B face à une chaîne B2B2C

Pour saisir ce que VOD Factory peut apporter aux médiathèques — et ce qui reste à construire —, il faut partir de la structure de son modèle. La plateforme *Auto* est conçue pour un schéma B2B : une entreprise (éditeur, marque, média) acquiert la technologie, y charge ses contenus, et propose directement son service à ses propres abonnés. L'éditeur est à la fois porteur du projet, gestionnaire du catalogue et interlocuteur de ses usagers finaux. C'est ce modèle que VOD Factory maîtrise et qu'il a affiné depuis dix ans.

Le monde des médiathèques suppose une architecture différente, à trois niveaux : un acteur intermédiaire en amont qui négocie les droits et configure la plateforme ; les bibliothèques elles-mêmes au milieu, qui éditorialisent l'offre à destination de leurs publics locaux ; et les usagers en bout de chaîne, qui accèdent aux contenus via l'interface de leur médiathèque. Ce schéma B2B2C n'est pas étranger à la plateforme Auto — sa technologie peut techniquement le supporter —, mais il n'est pas natif : il suppose qu'un acteur tiers assume le rôle d'opérateur de premier rang, en prenant en charge la négociation des droits et la relation commerciale avec les établissements. C'est là que réside le principal point d'ajustement, plus organisationnel que technologique.

Des contacts nombreux, peu de concrétisations

La société a néanmoins entretenu des relations régulières avec plusieurs acteurs de l'écosystème, à la fois en direct avec des établissements et via des intermédiaires souhaitant utiliser sa technologie pour proposer une offre aux bibliothèques. Deux cas concrets sont évoqués lors de l'audition. D'une part, certains clients de VOD Factory ont sollicité la société pour développer des connecteurs spécifiques leur permettant d'être distribués en bibliothèque. D'autre part, deux offres propres — Cyrano Education (pièces de théâtre pour les élèves de la 6e à la terminale) et Spicée Educ (éducation aux médias et lutte contre la désinformation) — sont accessibles dans quelques médiathèques via les ENT partenaires. Il s'agit là d'une présence indirecte, par capillarité, plutôt que d'un déploiement structuré.

Il est significatif que ces deux exemples soient le fait de clients de VOD Factory qui ont eux-mêmes pris l'initiative d'un rapprochement avec les bibliothèques — et non de médiathèques qui auraient sollicité VOD Factory en direct. La direction du flux est révélatrice : VOD Factory ne se pense pas encore comme un acteur du marché bibliothécaire. Elle se pense comme un équipementier dont certains clients, eux, peuvent avoir des bibliothèques dans leur réseau de distribution.

Le cas de l'ADAV : une tentative d'intermédiaire

C'est précisément pour contourner cette incompatibilité structurelle qu'un schéma associant l'ADAV a été envisagé. L'ADAV (Association pour le Développement de l'Audiovisuel) dispose d'une connaissance approfondie du catalogue, de relations établies avec les ayants droit, et d'une légitimité reconnue dans le monde des médiathèques. Le montage imaginé était le suivant : l'ADAV acquerrait les droits auprès des producteurs et distributeurs, configurerait la plateforme Otto pour en faire une offre pensée pour les bibliothèques, et la proposerait clé en main aux médiathèques clientes, qui disposeraient ensuite de leur propre espace d'éditorialisation pour personnaliser la mise en avant des contenus à l'intention de leurs usagers.

Ce schéma positionne VOD Factory au premier niveau (la technologie), l'ADAV au deuxième (les droits, la configuration, la relation commerciale avec les bibliothèques), et les médiathèques au troisième (l'éditorialisation locale et la relation avec les usagers). L'ADAV dispose d'un back-office de test sur la plateforme Otto et a pu expérimenter la mise en ligne de quelques programmes. Mais le projet n'a pas encore abouti : des contacts ont repris très récemment, après une période d'interruption, et la piste reste ouverte sans être engagée.

La difficulté n'est pas uniquement de trouver la technologie — VOD Factory peut la fournir. Elle est de trouver un acteur intermédiaire capable et disposé à assumer le rôle d'opérateur de premier rang : négocier les droits en volume, configurer et maintenir la plateforme, commercialiser le service auprès des établissements et en assurer le support. C'est ce maillon qui manque, et que l'ADAV pourrait en théorie constituer — mais à condition de monter en puissance sur sa dimension numérique, ce qui représente un changement d'échelle significatif pour l'association.

4. La plateforme Otto : fonctionnalités et pertinence pour les bibliothèques

Une interface de personnalisation par blocs

La démonstration effectuée en séance révèle un outil de gestion et d'éditorialisation conçu pour des utilisateurs non techniques. La logique de construction des pages repose sur un système de blocs superposables : l'éditeur choisit des templates, les nomme, les remplit de contenus (sélection manuelle ou règles automatiques), et ajuste en temps réel l'apparence sur web et mobile. Chaque programme dispose d'une fiche détaillée permettant d'associer métadonnées, bandes-annonces, bonus, sous-titres et visuels.

Plusieurs paramètres sont entièrement personnalisables : charte graphique (logo, couleurs, typographie), structure des pages (ordre des blocs, intitulés des rubriques, présentation des films en posters ou vignettes), et règles d'affichage (contenus les plus regardés, les plus récents, ou sélections thématiques automatiques). L'outil permet également d'associer des fichiers PDF téléchargeables à chaque programme — dossiers pédagogiques, analyses, fiches de présentation — une fonctionnalité existante mais encore peu utilisée par les clients actuels, et qui pourrait trouver une application naturelle dans les usages bibliothécaires.

Des capacités de recommandation et de mise en relation des collections

La plateforme intègre un module de recommandation algorithmique, développé en partenariat avec l'outil Spideo, fonctionnant sur la base des métadonnées. Chaque métadonnée peut générer automatiquement une page de catalogue répertoriant tous les titres partageant la même caractéristique (genre, thématique, réalisateur, etc.), permettant de construire des parcours de découverte sans intervention manuelle. Cette logique de navigation par facettes, familière aux bibliothécaires, est ici appliquée à la vidéo à la demande.

Sur la question d'une articulation possible entre la plateforme et les collections physiques de la bibliothèque, Julien Vin-Ramarony indique que la fonctionnalité n'est pas native mais techniquement accessible : il serait possible d'afficher, sur une fiche programme, une signalétique indiquant qu'un titre est aussi disponible en DVD dans la médiathèque, avec un lien vers le portail de l'établissement. Cette piste, non encore développée chez aucun client, est jugée réalisable sans développement lourd et ouvre une perspective intéressante pour assurer une continuité entre offre physique et numérique.

La gestion des compétences et la montée en charge des équipes

La question des compétences nécessaires pour administrer un tel back-office est abordée. La réponse de VOD Factory est que l'outil est pensé pour des utilisateurs non développeurs — un système de glisser-déposer — dont le profil habituel chez les clients actuels combine communication, gestion de réseaux sociaux et relation client. Une formation de prise en main est dispensée à chaque nouveau client, et une équipe de trois account managers assure un suivi permanent. Des tutoriels écrits complètent le dispositif. Ce niveau d'accompagnement est comparable à ce que proposent d'autres plateformes déjà présentes dans les médiathèques.

La prochaine version du produit, attendue pour septembre 2026, intégrera des connexions natives avec les principaux outils d'IA du marché (Claude, ChatGPT ou équivalents). L'objectif est de permettre à un utilisateur de publier un contenu par simple instruction en langage naturel : l'IA se charge alors de récupérer le fichier vidéo, de générer les métadonnées, les visuels et les sous-titres, et d'effectuer la mise en ligne. Les obstacles techniques liés à la saisie et au traitement des

métadonnées — actuellement la partie la plus chronophage pour les équipes — seraient ainsi considérablement réduits.

5. Enjeux d'éditorialisation dans un contexte multi-établissements

Une plateforme pensée pour un seul éditeur face à ses usagers

La démonstration de la plateforme Otto met en lumière une tension fondamentale. Dans le modèle natif de VOD Factory, une plateforme = un éditeur = une interface. Shadows s'adresse aux amateurs de films de genre ; QueerScreen à ses abonnés LGBT ; Zone 300 aux chasseurs et pêcheurs. Dans chaque cas, il y a un seul interlocuteur côté éditeur, une seule charte graphique, une seule ligne éditoriale, un seul rapport à ses usagers finaux. La plateforme est le miroir direct de la vision de cet éditeur.

Le modèle bibliothèque brise cette unité à deux endroits. D'abord, entre l'opérateur de la plateforme et les établissements : si c'est l'ADAV — ou tout autre structure intermédiaire — qui acquiert les droits et configure la plateforme, elle n'est pas la médiathèque. Elle est un fournisseur de service à destination des médiathèques qui ont chacune leur propre identité, leur propre public, leurs propres priorités éditoriales. Ensuite, entre les établissements eux-mêmes : une médiathèque de quartier à Roubaix n'a pas la même politique documentaire qu'une médiathèque départementale du Calvados ou qu'une grande bibliothèque universitaire. L'offre ne peut pas être uniforme.

Julien Vin-Ramarony reconnaît directement que cette capacité d'éditorialisation différenciée entre établissements n'est pas native dans la plateforme Otto. Elle repose sur un modèle d'interface commune à l'ensemble des usagers d'un même service. Développer des sous-espaces différenciés — chaque médiathèque disposant de son propre back-office pour gérer ses mises en avant sans toucher au catalogue partagé — serait techniquement faisable, mais représente un développement spécifique non encore réalisé. C'est un écart réel entre ce que la plateforme sait faire aujourd'hui et ce que les bibliothèques ont besoin qu'elle fasse.

La condition sine qua non : masse critique et cahier des charges stabilisé

La récurrence de cet argument tout au long de l'audition mérite d'être soulignée. VOD Factory dispose, selon ses représentants, de la quasi-totalité des briques nécessaires à un service dédié aux médiathèques. Mais leur assemblage suppose deux conditions que le marché bibliothécaire n'a pas encore rempli : un volume suffisant d'établissements partageant des besoins homogènes, et la stabilisation d'un cahier des charges commun.

Ce constat éclaire une des difficultés structurelles de l'écosystème des médiathèques : la tension entre l'exigence d'autonomie éditoriale de chaque établissement et la nécessité de se regrouper pour constituer un interlocuteur suffisamment consistant face aux fournisseurs technologiques. Joseph Minster formule ce paradoxe clairement : pour atteindre la masse critique, les médiathèques doivent se regrouper ; mais chaque médiathèque, même regroupée, entend conserver son autonomie propre. Ce cercle n'est pas vicieux par essence, mais il suppose un acteur intermédiaire capable de le dénouer.

L'intégration aux portails et la question du SSO

L'audition aborde également les modalités d'intégration de la plateforme aux systèmes existants des bibliothèques. Emmanuelle Suné (Bpi) rappelle que les bibliothèques fonctionnent avec des portails disposant de leur propre LDAP, auxquels les ressources numériques sont reliées via des mécanismes de Single Sign-On (SSO). VOD Factory confirme que son infrastructure supporte ces protocoles sans

difficulté technique particulière : la connexion aux annuaires d'utilisateurs est une fonctionnalité standard de la plateforme.

La question plus complexe est celle du schéma cible : veut-on intégrer la plateforme vidéo à l'intérieur du portail existant de la bibliothèque — ce qui implique un travail de développement côté bibliothèque — ou veut-on au contraire exposer les contenus vidéo via une API que le portail bibliothécaire récupère à sa guise pour les réorganiser dans son propre environnement ? Ces deux options correspondent à des logiques de gouvernance très différentes, et leur choix conditionne la répartition des responsabilités entre VOD Factory, l'éventuel intermédiaire (ADAV ou autre) et les établissements.

La question du modèle tarifaire

L'audition n'entre pas dans le détail de la tarification, mais la logique de la plateforme Otto implique que chaque client configure lui-même son modèle de monétisation : abonnement (SVOD), achat ou location à l'acte (TVOD), gratuité avec ou sans publicité (AVOD), ou modèles hybrides combinant un accès socle illimité et des titres additionnels payants. L'ensemble de ces configurations est pris en charge nativement par le moteur tarifaire de la plateforme.

Dans le schéma ADAV envisagé, c'est cet acteur intermédiaire qui prendrait en charge la négociation des conditions commerciales avec VOD Factory, avant de les répercuter aux médiathèques selon des modalités à définir. Ce point est crucial : la question du prix n'est pas celle du tarif de la technologie seule, mais du coût consolidé incluant les droits, la configuration, la maintenance et l'accompagnement. C'est cette équation globale que ni VOD Factory ni les médiathèques ne peuvent aujourd'hui résoudre seuls.

6. Enseignements pour le projet national

Un acteur technologique à potentiel, sans expérience bibliothécaire directe

VOD Factory se distingue des plateformes de VOD spécialisées pour bibliothèques — Filmfriend, CVS, Les Yeux doc — par sa nature de prestataire technologique B2B. La société ne propose pas un catalogue de films tout-en-un, mais une infrastructure logicielle permettant à un éditeur tiers de construire et gérer sa propre plateforme. Cette position d'équipementier lui confère une réelle flexibilité, mais suppose qu'un acteur tiers — comme ADAV, un réseau de bibliothèques, ou toute autre structure — prenne en charge la dimension éditoriale, la négociation des droits et la relation de terrain avec les établissements.

Cette configuration correspond au schéma évoqué par Emmanuelle Suné à partir de l'expérience de la Bpi : l'ADAV s'occuperait de la négociation des droits et de la configuration initiale de la plateforme, qu'elle livrerait clé en main à ses médiathèques clientes ; celles-ci disposeraient ensuite d'un espace de personnalisation et d'éditorialisation à leur niveau. VOD Factory fournirait la technologie sans intervenir sur le contenu. Ce découpage des rôles est cohérent avec la structure de l'écosystème bibliothécaire, mais il dépend d'une condition non encore réunie : la montée en puissance de l'ADAV Digital comme opérateur de plateforme à part entière.

Des fonctionnalités qui répondent aux attentes du chantier 3.1

Sur le plan de l'éditorialisation, la plateforme Otto offre des capacités qui répondent directement aux préoccupations du chantier 3.1. La possibilité de construire des pages thématiques par blocs, de créer des sélections manuelles ou automatiques, d'associer des dossiers pédagogiques téléchargeables à chaque film, et de personnaliser l'interface selon la charte de l'établissement

constitue un socle fonctionnel pertinent. L'évolution vers l'IA conversationnelle, prévue pour septembre 2026, renforce ce potentiel : la réduction des obstacles techniques à la saisie des métadonnées et à la mise en ligne des contenus pourrait rendre le back-office accessible à des équipes bibliothécaires sans compétences informatiques spécialisées.

La fonctionnalité manquante la plus significative reste la capacité d'éditorialisation différenciée entre établissements d'un même réseau. VOD Factory reconnaît que cette fonctionnalité n'est pas native mais souligne qu'elle est développable. Ce point est crucial pour les bibliothèques, qui ne souhaitent pas disparaître derrière une interface uniforme et entendent conserver leur identité propre dans la relation avec leurs usagers.

Un modèle qui interroge la gouvernance collective

L'ensemble de l'audition converge vers un constat déjà identifié dans les travaux du chantier 2 : la question qui se pose aux médiathèques n'est pas uniquement technique ou tarifaire, elle est d'abord une question de gouvernance collective. Qui négocie ? Qui configure ? Qui entretient la plateforme ? Qui décide des acquisitions ? Pour VOD Factory comme pour d'autres acteurs technologiques, la réponse à ces questions doit précéder tout déploiement. La société dispose des briques, mais le projet d'assemblage et les responsabilités associées n'ont pas encore trouvé de porteur clairement identifié dans l'écosystème bibliothécaire français.

En ce sens, l'audition de VOD Factory éclaire moins une solution immédiatement disponible qu'une direction possible : celle d'une plateforme technologiquement neutre et modulable, portée par un acteur intermédiaire maîtrisant à la fois la gestion des droits et la connaissance des pratiques bibliothécaires, et permettant à chaque établissement de conserver une capacité d'expression éditoriale propre dans le cadre d'une infrastructure mutualisée.