

[YouTube et Vevo misent conjointement sur le « co-watching »](#)

La semaine dernière, YouTube a annoncé le lancement de l'application Uptime, permettant à ses utilisateurs de commenter en direct des vidéos visionnées simultanément. Vevo qui propose le visionnage gratuit et légal de vidéo-clips musicaux a pour sa part annoncé un nouveau service, Watch Party, dont les fonctionnalités sont proches. Le visionnage simultané, très en vogue il y a quelques années au moment de l'explosion de twitter et de la social TV, revient donc sur le devant de la scène.

Vevo Watch Party

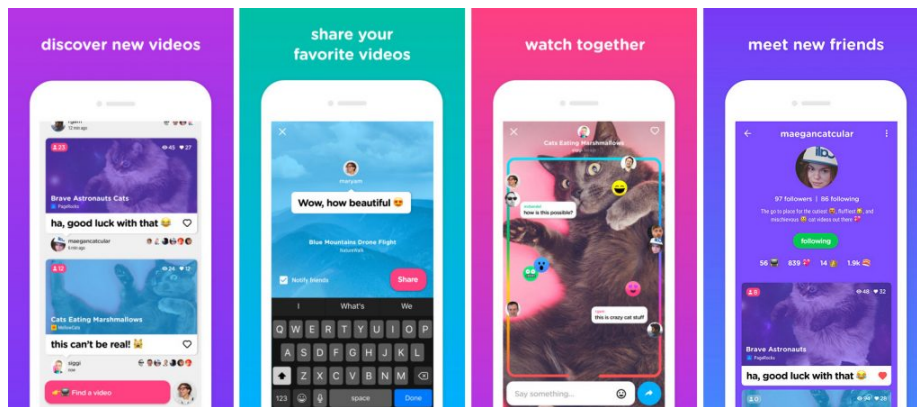


Dans une volonté de créer une expérience plus forte pour ses utilisateurs, au-delà de la simple consommation de vidéos musicales, Vevo a présenté au salon SXSW d'Austin le service Watch Party. Il sera disponible à partir de la fin mars depuis le site internet de Vevo et à partir de mi-avril sur une application dédiée. Watch Party permettra à ses utilisateurs de visionner les vidéos ensemble de manière synchronisée à l'intérieur d'une « room » virtuelle. Chaque utilisateur qui rejoindra une Watch Party pourra discuter et commenter la musique avec les autres utilisateurs présents, proposer des chansons pour la suite de la playlist et pourra également voter pour la prochaine chanson diffusée (le dernier mot restera pour « l'hôte » de la « Party »). Il sera également possible pour l'utilisateur de créer sa propre Watch Party à laquelle d'autres utilisateurs pourront se greffer s'ils le souhaitent.

Watch Party fonctionne globalement de la même manière que les services pionniers Turntable.fm et Soundrop qui étaient apparus au début des années 2010 mais qui ont depuis disparu. La différence notable avec ces services, et qui peut contribuer au futur succès de Watch Party, réside dans le fait que Vevo contrôle le contenu musical proposé, là où Turntable.fm et Soundrop étaient entièrement dépendants d'un service tiers.

Vevo va pouvoir en effet profiter de son catalogue de plus de 275 000 vidéos musicales et de ses 21 milliards de vues chaque mois par 300 millions d'utilisateurs, ce qui représente plus de 40% du trafic de YouTube aux Etats-Unis pour promouvoir son nouveau service. Avec Watch Party, la société souhaite offrir à ses utilisateurs une expérience plus interactive, basée sur la recommandation, le partage et la découverte. Le service présentera à ses utilisateurs le même type de publicité qu'ils ont l'habitude de voir sur le site de Vevo ou sur YouTube. A l'avenir, l'idée est de proposer aux artistes, majors ou marques de créer eux-mêmes des liens avec leurs communautés grâce à la Watch Party, sans précision sur le modèle de monétisation pour le moment.

Uptime pour redonner une coloration plus sociale à YouTube



YouTube Uptime a lui été développé au sein de l'incubateur de Google, Area 120 qui permet aux employés de l'entreprise de dédier 20% de leur temps à des projets annexes. Uptime offrira à ses utilisateurs des fonctionnalités très proches de Watch Party, mais uniquement sur une sélection de vidéos disponibles sur YouTube. Uniquement disponible sur iOS et uniquement aux Etats-Unis pour le moment, l'application n'en est qu'à ses débuts. Il n'est par exemple pour le moment pas encore possible de publier du contenu ou de filtrer par catégorie celui déjà disponible. Il n'y a pas non plus de moteur de recherche associé.

L'utilisateur, qui doit disposer d'un compte Google, peut en accédant à l'application visionner et commenter des vidéos en direct. Pendant ce visionnage, l'avatar de l'utilisateur apparaît sur la vidéo et les différents commentaires ou émoticônes apparaissent également au fur et à mesure de leurs publications^[1]. Il ne s'agit toutefois pas d'une application de messagerie privée, tous les commentaires sont visibles par les autres membres du groupe, qui lui en revanche peut être programmé comme public ou privé. Un système de recommandation sur la base des contenus déjà visionnés ou des utilisateurs suivis est également disponible.

Alors que Uptime reste pour le moment uniquement une nouvelle manière de regarder et de découvrir des vidéos YouTube, l'enjeu est de réussir à promouvoir le partage et les commentaires pour repositionner la plateforme vidéo comme un réseau social au moment où l'audience la plus jeune se tourne vers de nouveaux services comme Periscope à (propriété de Twitter) ou Facebook Live en passant par l'ensemble des messageries privées qui proposent du partage vidéo.

L'annonce quasi simultanée de nouveaux services de co-watching chez deux acteurs majeurs de la vidéo en ligne montre un net regain d'intérêt pour cette fonctionnalité déjà expérimentée par le passé sans grand succès. Mais la tendance aujourd'hui n'est plus au simple partage de contenu, mais au partage de l'expérience autour de ce contenu. Nul doute que les deux initiatives seront étudiées avec attention par un autre géant de la vidéo, Netflix. Il existe actuellement plusieurs plug-ins développés par des tiers pour regarder du contenu sur Netflix simultanément avec d'autres abonnés, comme Netflix Party ou Showgoers. Mais la société n'a pas encore franchi le pas et ne propose pour le moment aucune fonctionnalités sociales sur sa propre plateforme. Tous les projets sont pour l'instant restés lettres mortes faute d'appétence apparente du public et en raison des

craintes liées au piratage dès que l'on aborde la question du partage des contenus. Le co-visionnage pourrait donc être une porte d'entrée intéressante.

[1] https://twitter.com/uptimeApp/status/840689484400214016?ref_src=twsrc%5Etfw