

Pour réaliser un projet comme celui-ci, nous avons dû réfléchir aux données que nous souhaitions, ainsi que la manière dont elles vont s’agencer. Une plate-forme de vidéo en streaming va demander un grand nombre de données que l’on peut qualifier de différents types, parmi lesquels on peut citer : les fichiers vidéo, cœur de la plate-forme, mais aussi énormément d’images, que ce soit pour les photos de profil utilisateur/chaine et les miniatures des vidéos ainsi qu’énormément de textes bruts au départ, mais vite transformés en information selon que le texte soit pour les titres des vidéos, la description de celle-ci, mais également tous les commentaires, symbole de l’interaction entre les utilisateurs. Enfin on peut imaginer le recueil de données dites « statistiques » comme le nombre d’abonnés des diverses chaînes, le nombre de likes, de dislike ou les ou le nombres de partages d’une même vidéo. À noter qu’une partie des données serviront à la personnalisation de l’expérience utilisateur.

En effet, et pour se démarquer de la marque au logo rouge, nous avons mis un point d’honneur sur la personnalisation de l’expérience utilisateur. En ce sens, l’utilisateur sera amené, à la création de son compte sur la plate-forme, à renseigner ses goûts en fonction des différentes thématiques, le tout sera stocké dans une table “thématique” dans notre base de données. Il en sera de même pour le créateur du contenu qui sera obligé de catégoriser sa vidéo avant la mise en ligne. De cette façon, il sera plus facile de proposer à l’utilisateur des vidéos correspondant aux thématiques qu’il apprécie. Si l’on se réfère aux trois catégories de données (publiques, confidentiels ou cryptés), les données répertoriant les thématiques appréciées par l’utilisateur seront, en fonction de ses choix publics ou cryptés.

L’importance économique de la donnée n’est plus à prouver, qualifié de « nouvel or noir », en raison de sa nature unique (inépuisable et utilisable par plusieurs agents à la fois), l’accès des données thématiques en public permettrait un ciblage publicitaire ainsi qu’une manière de rémunérer la plate-forme vidéo afin de la rendre prospère. Néanmoins, nous tenons hypothétiquement à ce que cette démarche soit la plus transparente possible.

Au-delà du ciblage publicitaire, nous pouvons aussi nous servir des préférences (paramètres de l’application) pour définir différents types d’utilisateurs. En fonction des options choisies comme les notifications, le thème ou l’accessibilité, le ciblage pourrait s’affiner. Cependant, nous laisserons toujours l’opportunité à l’utilisateur de modifier ses choix vis-à-vis du partage ou non de ces données. Certaines données comme l’adresse e-mail, son mot de passe ainsi que le numéro de téléphone (qui serait avant tout demandé pour les créateurs de contenu) seraient stockées dans une base de données de façon à empêcher au mieux la fuite de ces données ô combien précieuses et personnelles.

Pour conclure, le projet serait de créer une plate-forme de vidéos en ligne pérenne financièrement afin de rémunérer ses créateurs de contenu. Nous sommes conscients de l’importance croissante de la donnée, d’un point de vue personnel et économique, c’est pour cela que toutes les démarches publicitaires seront réalisées de façon transparente vis-à-vis de l’utilisateur. On peut enfin imaginer la possibilité de faire des dons directement à la plate-forme pour compenser l’absence totale de ciblage publicitaire.

