

## **IBM intègre Watson à sa technologie vidéo Cloud**

**De nouveaux services Cloud ajoutent les capacités cognitives à la technologie vidéo Cloud pour déceler de nouvelles données et informations afin d'améliorer l'engagement de l'audience. Ces services offrent des expériences de visionnage différenciées, personnalisées en fournissant une compréhension approfondie du contenu vidéo et des préférences de l'audience.**

**PARIS - 26 oct. 2016:** IBM (NYSE: IBM) a dévoilé aujourd'hui de nouveaux services cognitifs Watson développés pour sa technologie de vidéo Cloud, conçus pour transformer la façon dont les entreprises accèdent à des informations riches en données sur le contenu vidéo et les audiences. Ces nouveaux services peuvent aider à fournir des expériences de visionnage différenciées et personnalisées pour les consommateurs.

*«Les entreprises créent des vidéos avec des quantités importantes de données précieuses, mais elles ne disposent pas d'un moyen facile d'identifier cette information ou la réaction de l'audience aux vidéos», a déclaré **Braxton Jarratt, directeur général, IBM Cloud Vidéo**. "Les nouveaux services annoncés aujourd'hui représentent une étape importante dans l'utilisation des capacités cognitives et Cloud d'IBM pour aider les entreprises à accéder à des informations utiles sur leurs vidéos et leur audience afin qu'ils puissent créer et organiser du contenu plus personnalisé qui intéresse des audiences spécifiques."*

Accessibles via le Cloud d'IBM, ces nouveaux services analysent les données vidéo qui, autrement, peuvent être longues et fastidieuses à traiter manuellement. Ils comprennent :

- **Live Event Analysis** : Combine des APIs Watson avec des solutions de streaming vidéo Cloud d'IBM pour suivre en temps quasi-réel la réaction de l'audience concernant des événements en direct en analysant les flux sur les médias sociaux.
- **Video Scene Detection** : Segmente automatiquement les vidéos en scènes qui ont du sens pour les rendre plus faciles à trouver et pour fournir du contenu ciblé.
- **Audience Insights** : Intègre les solutions vidéos Cloud d'IBM avec l'IBM Insights Media Platform, une solution cognitive qui utilise des APIs Watson pour aider à identifier les préférences des consommateurs, y compris ce qu'ils regardent et disent via les médias sociaux.

**IBM applique Watson à la vidéo Cloud d'IBM pour analyser en direct la réaction du public aux**

## **événements**

Avec les vidéos en streaming qui sont de plus en plus utilisées pour élargir les audiences des événements en direct, IBM a associé les APIs Watson Speech to Text et Alchemy Language avec sa technologie vidéo Cloud dans un nouveau service qui permet de suivre les réactions des consommateurs au moment de l'événement. Cette nouvelle technologie expérimentale est conçue pour traiter le langage naturel dans les vidéos en streaming et analyser en même temps les flux des réseaux sociaux pour fournir une analyse mot à mot du sentiment d'un public par rapport à un événement en direct.

### **IBM teste des capacités cognitives pour aider à comprendre et à segmenter des vidéos en scènes**

IBM a également testé un nouveau service qui peut fournir une compréhension approfondie du contenu dans une vidéo. Aujourd'hui, la technologie qui permet de segmenter des vidéos sur la base de simples repères visuels, comme par exemple des changements de plans de caméra, existe sur le marché. Cependant, les fournisseurs de contenu continuent à chercher des moyens efficaces pour distinguer des changements plus subtils qui nécessitent de comprendre les conversations et le contexte.

Un des principaux fournisseurs de contenu teste déjà ce service comme un moyen potentiel pour améliorer la catégorisation des vidéos, l'indexation de certains chapitres et la recherche de contenu pertinent. Ceci est la première étape pour fournir une base à des services de métadonnées plus riches qui peuvent être utilisés pour créer des couplages de contenu hautement spécifiques pour les spectateurs allant jusqu'à la séquence, augmentant ainsi l'engagement et le temps passé.

### **La technologie cognitive Watson associée à la plateforme vidéo Cloud d'IBM pour fournir du contenu plus pertinent aux spectateurs**

IBM prévoit également d'intégrer ses technologies cognitives à la plateforme vidéo Cloud d'IBM (IBM Cloud Video Platform) pour fournir des informations plus précises sur les préférences et les sentiments d'une audience. IBM Media Insights Platform, une solution média et divertissement d'IBM est ajoutée aux catalogues de vidéos Cloud d'IBM existant et aux produits Subscriber Manager et Logistics Manager pour fournir les détails

des clients concernant leurs habitudes de visionnement.

Plus tôt cette année, l'entité Recherche d'IBM a utilisé des APIs Watson expérimentales pour créer la « bande annonce cognitive d'un film ». Le système a appris de bandes annonces de films d'horreur antérieures, ce qui les rendait efficace et a permis d'identifier des scènes pertinentes dans un film inédit afin de réaliser une bande-annonce performante. IBM a également travaillé cette année avec l'US Open pour convertir les commentaires en texte avec une plus grande précision en faisant apprendre à Watson la terminologie du tennis et les noms des joueurs avant le tournoi.

Ces nouveaux services peuvent être utilisés aussi bien par les entreprises dans les domaines des media et du divertissement axées sur la création de contenu que par les organisations dans tous les secteurs qui utilisent la vidéo pour interagir avec les employés ou les clients.

Pour plus d'informations sur le Cloud d'IBM : <http://www.ibm.com/cloud-computing/fr/fr/index.html>

Pour plus d'informations sur la vidéo Cloud d'IBM : <https://www.ibm.com/cloud-computing/fr-fr/solutions/video/>

---